

**ANALISIS FAKTOR *PERCEIVED QUALITY*, *PERCEIVED PRICE*
DAN PRODUCT VARIETY TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA KONSUMEN SAKHA BOUTIQUE PONOROGO**



SKRIPSI

Nama : Almassifa Indraswari

NIM : 22415637

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

**ANALISIS FAKTOR *PERCEIVED QUALITY*, *PERCEIVED PRICE*
DAN PRODUCT VARIETY TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA KONSUMEN SAKHA BOUTIQUE PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada program Studi manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Almassifa Indraswari

NIM : 22415637

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2026

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Faktor *Perceived quality*, *Perceived Price* dan *Product Variety* Terhadap *Repurchase Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi pada Konsumen Sakha Boutique Ponorogo

Nama : Almassifa Indraswari

NIM : 22415637

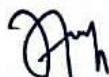
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 6 Maret 2004

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 30 Juni 2016

Pembimbing I



Fery Setiawan, S.E., MM

NUPTK. 1552767668131043

Pembimbing II



Dr. Titis Purwaningrum, S.E., MMA

NUPTK. 6736748649230192

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Chernet Santoso, S.E., M.Si

NIK. 19701016 199904 12

Dosen Penguji :

Ketua Penguji



Fery Setiawan, S.E., MM

NUPTK. 1552767668131043

Sekretaris Penguji



Eka Destriyanto P.A, S.AB., MM

NUPTK. 55437626632310334

Anggota Penguji



La Ode Sugianto, S.Pd., MM

NUPTK. 5962763664130202

ABSTRAK

Skripsi: “Analisis Faktor *Perceived Quality*, *Perceived Price* dan *Product Variety* Terhadap *Repurchase Intention* dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Sakha Boutiqe Ponorogo”; Almassifa Indraswari, NIM. 22415637, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji serta menganalisis pengaruh *perceived quality*, *perceived price* dan *product variety* terhadap *repurchase intention* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian pada Sakha Boutiqe Ponorogo. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *SmartPLS* versi 4.1.0.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived quality*, *perceived price* dan *product variety* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. *perceived price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*. akan tetapi *perceived quality* dan *product variety* tidak berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*. Selain itu, *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, *customer satisfaction* memediasi hubungan antara *perceived quality* dan *product variety* dan *repurchase intention* dan tidak memediasi hubungan antara *perceived price* dan *repurchase intention*. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kepuasan konsumen serta penerapan strategi harga yang tepat menjadi faktor penting dalam mendorong niat pembelian ulang konsumen.

Kata Kunci: *Perceived Quality*, *Perceived Price*, *Product Variety*, *Customer Satisfaction*, *Repurchase Intention*.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala yang senantiasa melimpahkan rahmat serta nikmat yang tak terhingga. Sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul "**Analisis Faktor *Perceived Quality*, *Perceived Price* dan *Product Variety* Terhadap *Repurchase Intention* dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Sakha Boutique Ponorogo**" dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan penyelesaian Program Studi Sarjana (S1) Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Skripsi ini masih memiliki keterbatasan, baik dari segi kemampuan, pengetahuan, maupun pengalaman penulis. Penulis juga menegaskan adanya bantuan dari berbagai pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini. Maka dari itu, ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan untuk:

1. Allah Subhanahu wa Ta'ala atas limpahan rahmat, rasa sabar, kemudahan, dan keteguhan hati, serta kelancaran yang diberikan kepada penulis hingga awal proses penelitian hingga selesai.
2. Bapak Dr. Rido Kurnianto, M.Ag selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Dr. Riawan, S.Pd., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Bapak Fery Setiawan, SE., M.M selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. Ibu Titis Purwaningrum, SE., MMA selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, beserta staf atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan.

Semoga Allah Subhanahu wa Ta'ala memberikan balasan yang terbaik kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Ponorogo, 30 Juni 2026

Penulis



Almassifa Indraswari

PERYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 30 Juni 2026



Almassifa Indraswari

NIM 2245637

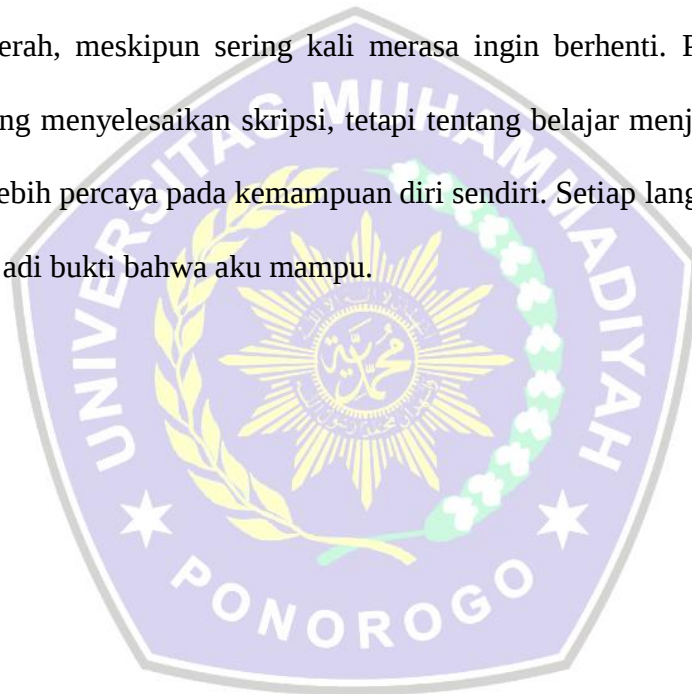
PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala yang telah melimpahkan Rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh syukur, kerendahan hati dan kesabaran yang luar biasa.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Sebagai ungkapan rasa cinta dan terimakasih, karya tulis Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Sembah sujud serta Syukur kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala, curahan cinta dan kasih sayangmu yang telah memberikan penulis kekuatan, membekali dengan ilmu serta segala limpahan karuni-Nya serta kemudahan yang engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar dan baik.
2. Kepada seluruh keluarga besar penulis, khususnya kedua orang tua Bapak Imam Subandi dan Ibu Eka Santiani yang telah mendo'akan dan memberikan perhatian, serta dukungan moral dan materiil secara berkelanjutan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Tak lupa penulis mengucapkan beribu-ribu terimakasih karena telah berjuang mati-matian demi pendidikan putra dan putrinya, semoga Bapak dan Ibu diberikan kesehatan dan kelimpahan rezeki, Aamiin.
3. Bapak Fery Setiawan, SE., MM selaku Dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi serta memberi saran dan masukan yang berarti dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Titis Purwaningrum, SE., MMA selaku Dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi serta memberi saran dan masukan yang berarti dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Widodo, M.E dan Ibu Heni Masruroh, S.E yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Sakha Boutiqe Ponorogo.

6. Teman-teman Program Studi S1 Manajemen Kelas B angkatan 2022. Kebersamaan dan semangat yang kalian berikan telah menjadi dorongan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman serta sahabat penulis yang telah memberikan semangat, menghibur dengan candaan dan menemani proses penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Terakhir, Karya ini kupersembahkan untuk diriku sendiri. Terima kasih karena telah bertahan sejauh ini, melewati setiap proses yang tidak selalu mudah, menghadapi rasa lelah, ragu, dan berbagai tantangan yang datang silih berganti. Terima kasih karena tidak menyerah, meskipun sering kali merasa ingin berhenti. Perjalanan ini bukan hanya tentang menyelesaikan skripsi, tetapi tentang belajar menjadi lebih kuat, lebih sabar, dan lebih percaya pada kemampuan diri sendiri. Setiap langkah kecil yang telah dilalui menjadi bukti bahwa aku mampu.



MOTTO

*“Barangsiapa yang hendak menginginkan dunia, maka hendaklah ia menguasai ilmu.
Barangsiapa menginginkan akhirat hendaklah ia menguasai ilmu, dan barangsiapa yang
menginginkan keduanya (dunia dan akhirat) hendaklah ia menguasai ilmu.”*

(HR Ahmad)

*“Barang siapa menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, niscaya Allah memudahkan
baginya jalan menuju surga”*

(HR. Muslim)

*“Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya,
berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaanmu sebagai manusia.”*

Baskara Putra - Hindia

*“Hadapi semuanya langsung di muka, apapun yang terjadi tidak apa, setiap hari ku bersyukur
melihatmu berselimut harapan, berbekal cerita”*

Baskara Putra - Hindia

*“Perang telah usai, perang telah usai, aku bisa pulang, ku baringkan panah dan berteriak
menang”*

-Nadin Amizah-

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	iii
PERYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang Masalah	1
1. 2 Perumusan Masalah.....	20
1. 3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	21
a. Tujuan Penelitian.....	21
b. Manfaat Penelitian.....	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	25
2. 1 Landasan Teori.....	25
a. <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	25
b. Perilaku Konsumen	30
c. <i>Customer Satisfaction</i>	31
d. <i>Repurchase Intention</i>	34
e. <i>Perceived Quality</i>	36
f. <i>Perceived Price</i>	38
g. <i>Product Variety</i>	40

2. 2 Penelitian Terdahulu	43
2. 3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	51
2. 4 Hipotesis	52
BAB III METODE PENELITIAN	61
3. 1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	61
3. 2 Ruang Lingkup Penelitian.....	61
3. 3 Populasi dan Sampel Penelitian	62
1. Populasi	62
2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	63
3. 4 Metode Pengambilan Data	65
1. Data Primer	65
2. Metode Angket (Kuesioner).....	66
3. 5 Definisi Operasional Variabel.....	67
3. 6 Metode Analisis Data.....	73
1. Tahap Pertama: Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	73
2. Tahap Kedua: Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	81
4. 1 Hasil Penelitian	81
1. Gambaran Umum Obyek	81
2. Identitas Responden	85
a. Identitas Responden Berdasarkan Kelamin :	85
b. Identitas Responden berdasarkan Usia.....	86
c. Identitas Responden berdasarkan Pekerjaan	87
d. Identitas Responden berdasarkan pernah frekuensi pembelian.....	88
e. Identitas Responden berdasarkan Penghasilan.....	89
f. Identitas Responden berdasarkan Asal Kota	90
2. Deskripsi Variabel penelitian.....	90

a. Variabel <i>Perceived quality</i> (X1)	91
b. Variabel <i>Perceived Price</i> (X2).....	92
c. Variabel <i>Product Variety</i> (X3).....	93
d. Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Z).....	94
e. Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y)	96
4. 2 Hasil Analisis Data	97
1. Skema Model <i>Partial Least Square</i>	97
2. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	99
3. Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	105
4. Pengujian Hipotesis	110
4. 3 Pembahasan.....	111
1. Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	112
2. Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	114
3. Pengaruh <i>Product Variety</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	116
5. Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	118
6. Pengaruh <i>Product Variety</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	119
7. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	121
8. <i>Customer Satisfaction</i> memediasi pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> pada Konsumen Sakha Boutiqe Ponorogo	123
9. <i>Customer Satisfaction</i> memediasi pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> pada Konsumen Sakha Boutiqe Ponorogo	125
10. <i>Customer Satisfaction</i> memediasi pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> pada konsumen Sakha Boutiqe Ponorogo.....	126
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	129
5. 1 Kesimpulan	129
5. 2 Saran	131
DAFTAR PUSTAKA	133

LAMPIRAN-LAMPIRAN	140
-------------------------	-----



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	43
Tabel 2 Skala Likert.....	67
Tabel 3 Definisi Variabel.....	68
Tabel 4 Indikator dan Instrumen.....	70
Tabel 5 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis.....	85
Tabel 6 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	86
Tabel 7 Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	87
Tabel 8 Frekuensi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	88
Tabel 9 Frekuensi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	89
Tabel 10 Frekuensi Responden Berdasarkan Asal Kota.....	90
Tabel 11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Quality</i>	91
Tabel 12 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Price</i>	92
Tabel 13 Tanggapan Responden Terhadap <i>Product variety</i>	93
Tabel 14 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	95
Tabel 15 Tanggapan Responden Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	96
Tabel 16 Nilai <i>Outer Loading</i>	100
Tabel 17 Nilai <i>Heterotrait-Monotrait ratio (HTMT)</i>	101
Tabel 18 Nilai <i>Cross-loading</i>	102
Tabel 19 <i>Cronbach,s Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	103
Tabel 20 Model Fit.....	104
Tabel 21 Nilai R-Square (R2).....	106
Tabel 22 Tabel Q^2 <i>predictive relevance</i>	107
Tabel 23 <i>Direct Effect</i>	108
Tabel 24 <i>Indirect Effect</i>	109
Tabel 25 Hasil Pengujian Hipotesis.....	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka <i>Theory of Planned Behavior</i>	26
Gambar 2 Kerangka Konseptual Penelitian	51
Gambar 3 Model <i>Indirect Effect</i>	77
Gambar 4 Model Penelitian	80
Gambar 5 Sakha Boutiqe Ponorogo	81
Gambar 6 Logo Sakha Boutiqe Ponorogo	84
Gambar 7 Skema Model <i>Patrial Least Square</i>	98
Gambar 8 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) Hasil Estimasi	99
Gambar 9 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) Hasil Estimasi	105



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	140
Lampiran 2: Surat Izin Penelitian	147
Lampiran 3 Surat Keterangan Hasil Uji Cek Plagiasi	148
Lampiran 4: Hasil Jawaban Responden.....	149
Lampiran 5 : Hasil Rata-Rata Jawaban Responden.....	151
Lampiran 6: Hasil Olah Data	153
Lampiran 7: Dokumentasi Lapangan.....	156
Lampiran 8 : Bukti Submit Artikel	159
Lampiran 9: Berita Acara Bimbingan.....	161

