



@Hak cipta milik IPB University

# **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PRODUK *FASHION* DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**ALFATH RIZKA NURRAMIDHAN**



**DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## @Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Ulang Produk *Fashion* dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, November 2025

Alfath Rizka Nurramidhan  
H2401211125

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## @Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## ABSTRAK

ALFATH RIZKA NURRAMIDHAN. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Ulang Produk *Fashion* dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. Dibimbing oleh BUDI PURWANTO.

Dalam beberapa tahun terakhir, industri *fashion* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Hal ini tercermin dari meningkatnya minat masyarakat terhadap produk *fashion* lokal. Hody, sebagai salah satu *brand fashion* lokal, turut menghadapi persaingan ketat sehingga diperlukan strategi pemasaran berbasis harga dan kualitas produk untuk menciptakan kepuasan pelanggan serta mendorong minat pembelian ulang. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat pembelian ulang produk Hody dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan metode *quota sampling* dengan ukuran sampel sebanyak 115 responden yang berdomisili di Jabodetabek. Data dianalisis melalui pendekatan analisis deskriptif dan analisis SEM-PLS (*Structural Equation Modeling-Partial Least Squares*). Hasilnya menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang produk Hody, baik secara langsung maupun melalui mediasi kepuasan pelanggan. Implikasi manajerial dirumuskan menggunakan pendekatan *input-proses-output* (IPO) guna mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Kata kunci: harga, kepuasan pelanggan, kualitas produk, minat pembelian ulang

## ABSTRACT

ALFATH RIZKA NURRAMIDHAN. The Effect of Price and Product Quality on Repurchase Intention of Fashion Products with Customer Satisfaction as a Mediating Variable. Supervised by BUDI PURWANTO.

In recent years, the fashion industry in Indonesia experienced significant growth, as reflected by the increasing public interest in local fashion products. Hody, as one of the local fashion brands, faced intense competition that required marketing strategies focusing on price and product quality to create customer satisfaction and encourage repeat purchase intention. This study aimed to analyze the effect of price and product quality on consumer's repurchase intention toward Hody's products, with customer satisfaction acting as a mediating variable. The research employed a quota sampling method involving 115 respondents residing in the Jabodetabek area. Data were analyzed using descriptive analysis and SEM-PLS (*Structural Equation Modeling-Partial Least Squares*) analysis approach. The results showed that both price and product quality had a positive and significant influence on repurchase intention, either directly or through the mediation of customer satisfaction. Managerial implications were formulated using the input-process-output (IPO) framework to support sustainable business growth.

*Keywords:* customer satisfaction, price, product quality, repurchase intention



@Hak cipta milik IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*



# **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PRODUK *FASHION* DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**ALFATH RIZKA NURRAMIDHAN**

Skripsi  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana pada  
Program Studi Manajemen

**DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025**



## @Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Rindang Matoati, S.E., M.Sc.
2. Hardiana Widyastuti, S.Hut., M.M.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Ulang Produk *Fashion* dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi

Nama : Alfath Rizka Nurramidhan  
NIM : H2401211125

Disetujui oleh

Pembimbing 1:  
Ir. Budi Purwanto, M.E.

---

Diketahui oleh

Ketua Departemen Manajemen:  
Dr. Eko Ruddy Cahyadi, S.Hut., M.M.  
NIP 197812132006041001

---

Tanggal Ujian:  
1 Oktober 2025

Tanggal Lulus:



## @Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhaanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2025 sampai bulan Juli 2025 ini ialah Manajemen Pemasaran, dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Ulang Produk *Fashion* dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penyelesaian karya ilmiah ini, khususnya kepada:

1. Bapak Ir. Budi Purwanto, M.E. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, ilmu, masukan, dan saran dalam penyelesaian karya ilmiah ini.
2. Ibu Rindang Matoati, S.E., M.Sc. dan Ibu Hardiana Widyastuti, S.Hut., M.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan saran dalam perbaikan karya ilmiah ini.
3. Seluruh dosen dan staf akademik Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan bantuan selama masa perkuliahan hingga penyelesaian karya ilmiah ini.
4. Pihak Manajemen Hody yang telah berkenan menjadi objek penelitian dan memberikan kesempatan serta data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
5. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Keluarga tercinta, yakni Babe Abdullah, Mama Uni, Kakak Rizky, dan Adik Riyan, yang telah memberikan doa serta dukungan moral dan materiel sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini.
7. Rekan-rekan dan sahabat terdekat, yakni Cuneta+1 (Apri, Bibi, Judith, Najwah, dan Roro), Ummu Qois (Ijun, Kolasul, Lela, Meka, Neli, Nida, Salsa, Sume, Wirda, dan lainnya), serta HK-IPB 58 (Madam dan Syifhum), yang telah kebersamai, memberikan dukungan, dan menguatkan penulis.
8. Rekan-rekan Manajemen 58 dan KKN-T Nagri Kaler 2024 yang telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan penulis.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, November 2025

*Alfath Rizka Nurramidhan*



## @Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## DAFTAR ISI

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| DAFTAR TABEL                            | iv |
| DAFTAR GAMBAR                           | iv |
| DAFTAR LAMPIRAN                         | iv |
| I PENDAHULUAN                           | 1  |
| 1.1 Latar Belakang                      | 1  |
| 1.2 Rumusan Masalah                     | 4  |
| 1.3 Tujuan                              | 5  |
| 1.4 Manfaat                             | 5  |
| 1.5 Ruang Lingkup                       | 5  |
| II TINJAUAN PUSTAKA                     | 6  |
| 2.1 <i>Fashion</i>                      | 6  |
| 2.2 Harga                               | 6  |
| 2.3 Kualitas Produk                     | 7  |
| 2.4 Kepuasan Pelanggan                  | 8  |
| 2.5 Minat Pembelian Ulang               | 9  |
| 2.6 Penelitian Terdahulu                | 10 |
| 2.7 Hipotesis Penelitian                | 12 |
| III METODE                              | 16 |
| 3.1 Kerangka Pemikiran                  | 16 |
| 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian         | 17 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data               | 17 |
| 3.4 Metode Penarikan Sampel             | 17 |
| 3.5 Skala Pengukuran Variabel           | 19 |
| 3.6 Metode Pengolahan dan Analisis Data | 19 |
| 3.7 Deskripsi Operasional Variabel      | 21 |
| IV HASIL DAN PEMBAHASAN                 | 23 |
| 4.1 Gambaran Umum Hody                  | 23 |
| 4.2 Karakteristik Responden             | 24 |
| 4.3 Analisis Deskriptif                 | 27 |
| 4.4 Analisis SEM-PLS                    | 29 |
| 4.5 Implikasi Manajerial                | 38 |
| V SIMPULAN DAN SARAN                    | 42 |
| 5.1 Simpulan                            | 42 |
| 5.2 Saran                               | 42 |
| DAFTAR PUSTAKA                          | 43 |
| LAMPIRAN                                | 48 |
| RIWAYAT HIDUP                           | 60 |



## DAFTAR TABEL

|    |                                                                                               |    |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1  | Penelitian terdahulu                                                                          | 10 |
| 2  | Ukuran sampel minimum untuk berbagai tingkat koefisien jalur minimum dan tingkat signifikansi | 18 |
| 3  | Proporsi kuota responden per wilayah Jabodetabek                                              | 18 |
| 4  | Skala <i>likert</i>                                                                           | 19 |
| 5  | Rentang skala penilaian persepsi                                                              | 20 |
| 6  | Deskripsi operasional variabel                                                                | 21 |
| 7  | Karakteristik responden                                                                       | 24 |
| 8  | Analisis deskriptif variabel harga                                                            | 27 |
| 9  | Analisis deskriptif variabel kualitas produk                                                  | 27 |
| 10 | Analisis deskriptif variabel kepuasan pelanggan                                               | 28 |
| 11 | Analisis deskriptif variabel minat pembelian ulang                                            | 29 |
| 12 | Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)                                                 | 31 |
| 13 | Nilai <i>cross loading</i>                                                                    | 31 |
| 14 | Nilai <i>cronbach's alpha</i> dan <i>composite reliability</i>                                | 32 |
| 15 | Nilai <i>R-square</i>                                                                         | 33 |
| 16 | Nilai <i>path coefficient direct effect</i>                                                   | 34 |
| 17 | Nilai <i>path coefficient indirect effect</i>                                                 | 36 |

## DAFTAR GAMBAR

|    |                                                           |    |
|----|-----------------------------------------------------------|----|
| 1  | Persentase produk yang paling banyak dibeli secara daring | 1  |
| 2  | Data penjualan Hody 2022–2024                             | 2  |
| 3  | Alasan responden memilih merek <i>fashion</i>             | 3  |
| 4  | Model penelitian                                          | 15 |
| 5  | Kerangka pemikiran                                        | 16 |
| 6  | Jenis produk Hody yang pernah dibeli responden            | 25 |
| 7  | Produk Hody yang pernah dibeli responden                  | 26 |
| 8  | Tempat responden membeli produk Hody                      | 26 |
| 9  | Hasil <i>outer loading</i>                                | 30 |
| 10 | Visualisasi implikasi manajerial                          | 41 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |                                                       |    |
|---|-------------------------------------------------------|----|
| 1 | Kuesioner penelitian                                  | 49 |
| 2 | Hasil uji validitas dan uji reliabilitas kuesioner    | 55 |
| 3 | Hasil uji SEM-PLS dengan <i>software</i> SmartPLS 4.0 | 56 |
| 4 | Prosedur analisis hubungan mediasi                    | 58 |
| 5 | Surat izin penelitian                                 | 59 |