

**Pengaruh *Perceived Value*, *Service Quality* dan *Customer Satisfaction*
Terhadap *Repurchase Intention* Pada Toko Emas Karya Setia
Balikpapan**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu
Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta



Oleh :

Nurulita Diah Wulandari M.M

2000011019

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE SERVICE QUALITY CUSTOMER SATISFACTION*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA TOKO EMAS KARYA SETIA
BALIKPAPAN**



Pembimbing



Dr. Fitroh Adhilla S.E., M.Si

NIPM : 197407082001020110881525

Yogyakarta, 13 Juli 2024

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH *PERCEIVED VALUE, SERVICE QUALITY, CUSTOMER*
***SATISFACTION*, TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA**
TOKO EMAS KARYA SETIA BALIKPAPAN

Yang disusun oleh :

Nurulita Diah Wulandari M.M

Telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan Dewan Penguji Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Ahmad Dahlan Pada Tanggal 11 Juli 2024

Ketua Penguji


Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si

NIPM : 197407082001020110881525

Penguji 1



Dr. Salamaton Asakdiyah, M.Si

NIPM: 196205021987032001

Penguji 2



Dr. Efa Wakhidatus Solikhah, S.Si., M.M

NIPM: 199005262021090111397176



Mengetahui Dekan

Universitas Ahmad Dahlan


Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si.

NIPM : 197006201996010110784345

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH *PERCEIVED VALUE SERVICE QUALITY CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA TOKO EMAS KARYA SETIA BALIKPAPAN”** ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melaksanakan hal-hal tersebut di atas yakni mengakui karya orang lain seolah-olah sebagai karya saya sendiri, maka dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya, selanjutnya ijazah dan gelar yang telah saya terima dari universitas saya gugur.

Yogyakarta, 13 Juli 2024

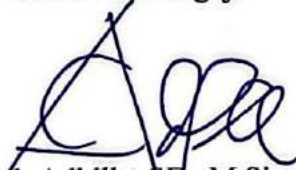
Yang menyatakan



Nurulita Diah Wulandari M.M

NIM: 2000011019

Saksi 1, Ketua Tim Penguji



Dr. Fitroh Adhilla, SE., M.Si

NIPM : 197407082001020110881525

Saksi 2, Anggota Tim Penguji



Dr. Salamatus Asakdiyah, M.Si

NIPM: 196205021987032001

Saksi 3, Anggota Tim Penguji



Dr. Efa Wakhidatus Solikhah, S.Si., M.M

NIPM: 199005262021090111397176

PERNYATAAN TIDAK PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Nurulita Diah Wulandari M.M

NIM : 2000011019

Email : nurulitaadiah@gmail.com

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *PERCEIVED VALUE, SERVICE QUALITY, CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA TOKO EMAS KARYA SETIA BALIKPAPAN**

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan ataupun institusi Pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan terjemahan melainkan merupakan gagasan rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian atau implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing akademik dan narasumber penelitian
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.

4. Dalam karya ini saya tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam penelitian ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 13 Juli 2024

Yang menyatakan,



Nurulita Diah Wulandari M.M

NIM 2000011019

A. HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurulita Diah Wulandari M.M
NIM : 2000011019
Email : nurulita2000011019@webmail.uad.ac.id
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Tugas Akhir : "Pengaruh *Perceived Value, Service Quality, Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention* Pada Toko Emas Karya Setia Balikpapan".

Dengan ini saya menyatakan hak sepenuhnya kepada Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur serta melakukan pengolahan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak):



Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repository Pusat Belajar Universitas Ahmad Dahlan. Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Mengetahui Pembimbing

Dr. Fitroh Adhilla S/E., M.Si
NIPM: 1197407082001020110881525

Yogyakarta, 13 Juli 2024

Nurulita Diah Wulandari M.M
NIM. 2000011019

MOTTO

Sesungguhnya Bersama kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)

(QS. Al-Insyirah: 6-7)

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya

(QS. Al-Baqarah: 286)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahi rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH *PERCEIVED VALUE, SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA TOKO EMAS KARYA SETIA BALIKPAPAN” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, hal ini disadari karena keterbatasan yang penulis miliki dalam pengetahuan dan juga kemampuan. Penulis juga sangat menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, dukungan dan juga doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muchlas, M.T, selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan.
3. Ibu Tina Sulistiyani, S.E., M.M. selaku ketua program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

4. Bapak Dr. Sukardi, M.M selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan saran dan nasehat selama penulis menempuh Pendidikan di Program Studi Manajemen.
5. Dr. Fitroh Adhilla S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah banyak memberikan bimbingan, motivasi, dan arahan selama proses penyusunan skripsi
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama bangku perkuliahan yang tentu sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Kedua orang tua saya Bapak Masdi dan Ibu Maryanah yang selalu memberikan doa yang terbaik untuk kelancaran putrinya dalam pendidikan.
8. Kepada adik-adik saya Nasrul dan Farrel terimakasih banyak atas dukungan dan motivasi yang diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 23 Maret 2024

Penulis

Nurulita Diah Wulandari M.M

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh nilai dari suatu product (*Perceived Value*), kualitas pelayanan (*Service Quality*), dan Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) terhadap minat beli ulang (*Repurchase intention*) pada Toko Emas Karya Setia Balikpapan. *Repurchase Intention* adalah niat pembelian ulang yang berpengaruh terhadap kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali. Kepuasan yang diperoleh seseorang konsumen, dapat didorong seseorang untuk melakukan pembelian ulang, dikarenakan aspek nilai dari suatu product (*Perceived Value*), kualitas pelayanan (*Service Quality*), dan Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan seluruh konsumen yang pernah membeli produk emas di Toko Emas Karya Setia Balikpapan. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk emas Toko Emas Karya Setia Balikpapan dengan jumlah sampel 128 responden, pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purpose sampling*. Metode analisis data yang digunakan meliputi, uji validitas dan uji reliabilitas dengan *confirmatory factor analysis* (CFA), analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan IBM SPSS Versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. *Perceived value*, *Service quality*, dan *Customer Satisfaction* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*

Kata Kunci : *Perceived Value*, *Service Quality*, *Customer Satisfaction*, *Repurchase Intention*

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| MOTTO..... | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| ABSTRAK | vi |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR TABEL | xi |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 11 |
| C. Batasan Masalah..... | 11 |
| D. Tujuan Penelitian..... | 12 |
| E. Manfaat Penelitian..... | 12 |
| BAB II..... | 14 |
| LANDASAN TEORI | 14 |
| A. Landasan Teori..... | 14 |
| 1. Defenisi <i>Perceived Value</i> | 14 |
| 2. Indikator <i>Perceived Value</i> | 16 |
| B. <i>Service Quality</i> | 17 |
| 1. Definisi <i>Service Quality</i> | 17 |
| 2. Indikator <i>Service Quality</i> | 19 |
| C. <i>Customer Satisfaction</i> | 21 |
| 1. Definisi <i>Customer Satisfaction</i> | 20 |
| 2. Indikator <i>Customer Satisfaction</i> | 22 |
| D. <i>Repurchase Intention</i> | 25 |
| 1. Definisi <i>Repurchase Intention</i> | 25 |
| 2. Indikator <i>Repurchase Intention</i> | 26 |
| E. Pengembangan Hipotesis..... | 27 |
| F. Model Penelitian..... | 33 |

| | |
|--|----|
| BAB III..... | 34 |
| METODE PENELITIAN | 34 |
| A. Populasi dan Sampel | 34 |
| 1. Populasi..... | 34 |
| 2. Sampel | 34 |
| B. Teknik Pengambilan Sampel..... | 35 |
| C. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data | 36 |
| 1. Jenis Data..... | 36 |
| 2. Sumber Data | 36 |
| 3. Teknik Pengumpulan Data | 37 |
| D. Definisi Operasional Variabel | 37 |
| E. Skala Pengukuran Variabel | 42 |
| F. Teknik Analisi Data..... | 43 |
| G. Uji Instrumen..... | 43 |
| 1. Uji Validitas..... | 43 |
| 2. Uji Reliabilitas | 44 |
| H. Uji Hipotesis..... | 45 |
| 1. Analisis Regresi Linier Berganda..... | 45 |
| 2. Uji Parsial (Uji T)..... | 46 |
| 3. Uji F..... | 46 |
| 4. Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 46 |
| BAB IV | 48 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 48 |
| A. Hasil Penelitian..... | 48 |
| B. Pembahasan | 61 |
| BAB V..... | 65 |
| PENUTUP | 65 |
| A. Kesimpulan..... | 65 |
| B. Keterbatasan Penelitian | 65 |
| C. Saran..... | 66 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 67 |
| LAMPIRAN | 70 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Grafik harga Emas Antam 2018 sampai 2023 | 3 |
| Gambar 2. 1 Model Penelitian..... | 23 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 3. 1 Definisi Operasional..... | 37 |
| Tabel 3. 2 Skoring Jawaban Kuisioner..... | 42 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden | 47 |
| Tabel 4. 2 Nilai KMO Variabel <i>Perceived Value</i> (X1) tahap awal..... | 48 |
| Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Value</i> (X1) Tahap awal..... | 49 |
| Tabel 4. 4 Nilai KMO Variabel <i>Perceived Value</i> (X1) tahap akhir | 50 |
| Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Value</i> (X1) | 50 |
| Tabel 4. 6 Nilai KMO Variabel <i>Service Quality</i> (X2)..... | 51 |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i> (X2)..... | 51 |
| Tabel 4. 8 Nilai KMO Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (X3)..... | 52 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (X3) | 53 |
| Tabel 4. 10 Nilai KMO Variabel <i>Repurchse Intention</i> (Y)..... | 54 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Repurchse Intention</i> (Y) | 54 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas | 55 |
| Tabel 4. 13 Hasil Regresi Linear Berganda..... | 55 |
| Tabel 4. 14 Uji Parsial (Uji t)..... | 57 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji f..... | 59 |
| Tabel 4. 16 Koefisien Determinasi..... | 59 |