

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PADA ROXY SUPERMARKET
JEMBER, DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh : Revagita Maulida Nabila

2010411063

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2024

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PADA ROXY SUPERMARKET
JEMBER, DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh : Revagita Maulida Nabila

2010411063

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2024**

PERNYATAAN PENULIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Revagita Maulida Nabila

NIM : 2010411063

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: *PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PADA ROXY SUPERMARKET JEMBER, DI KABUPATEN JEMBER* merupakan hasil karya sendiri kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah saya ajukan kepada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun saya akan bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap di tuntutan di muka umum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 27 Juni 2024

Yang menyatakan,



Revagita Maulida Nabila
NIM. 2010411063

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PADA ROXY SUPERMARKET
JEMBER, DI KABUPATEN JEMBER**

Oleh : Revagita Maulida Nabila

NIM : 2010411063



Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama

: Dr. Budi Santoso, SE, MM, M.Akun

Dosen Pembimbing Pendamping

: Ahmad Izzudin, SE., MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh *Brand Image*, Kualitas layanan, dan Persepsi Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen Pada Roxy Supermarket Jember, di Kabupaten Jember. Telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 27 Juni 2024
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



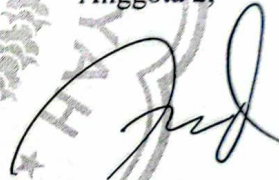
Dr. Ir. Eko Budi Satoto, M.MT.
NPK : 1967101611803861

Anggota 1,



Dr. Budi Santoso, SE, MM., M.Akun.
NPK : 1973100911139340

Anggota 2,



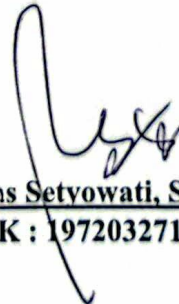
Ahmad Izzudin, SE., MM.
NPK : 1990100711605780

Mengesahkan



Maheni Ika Sari, SE., MM.
NIP : 197711082005012001

Ketua Program Studi,



Dr. Trias Setvowati, SH, SE., MM.
NPK : 1972032710509477

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melipahkan segala nikmat kesehatan, dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang direncanakan. Dalam kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. ALLAH SWT
2. Mamaku tersayang Yulistiwa dan ayah Muhammad Zaini yang telah mengorbankan seluruh tenaga, materi untuk selalu mendukung disetiap langkah penulis. Berkat doa beliau penulis dapat menyelesaikan segala sesuatu yang sedang di cita-citakan
3. Keluarga besarku khususnya tante terbaik Dewi Lutfiana A.Md. Keb dan nenek tercinta Marsini terimakasih selalu memberikan semangat dan selalu mendoakan yang terbaik untuk penulis
4. Sahabatku tercinta yang selalu mendukung dan membantu khususnya Nafia Nanda Amiliya, Rizki Sefya Kurniasari, Cinthia Dwi Amalia, Sekar Bahtera Ning wiyanti. Berkat kalian semua penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
5. Sahabat terbaik khususnya untuk Nindyarima dan Defana, yang telah memberikan semangat, mendengarkan curhatan dan memberi saran terbaik kepada penulis
6. Seseorang dengan NRP 02111123 yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis. Terimakasih karena telah memberi dukungan, semangat dan selalu sabar dalam menghadapi penulis Sahabat sedari orok Samawiyatul, Aizah Febiyanti. Terimakasih telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis
7. Kakak terbaik Oktavia Fatimatuz Zahro yang telah mengarahkan dan selalu memberi semangat kepada penulis
8. Teman-teman manajemen B yang sangat” membantu dalam penelitian skripsi ini khususnya Ahmad Faydur Robbani, Beny Maulana Yusuf, Amien Faisal. Terimakasih sudah membantu penulis selama ini
9. Kepada NIM 063, terimakasih telah bertahan dan kuat hingga saat ini. Semoga lelah, tangis dan jerih payahmu terbayar dengan senyum bangga kedua orang tua atas kesuksesanmu nanti
10. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Jember
11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

MOTTO

Jika kamu menghitung nikmat Allah, niscaya kamu tidak akan mampu menghitungnya.
Sesungguhnya Allah benar-benar Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.

(QS An-Nahl: 18)

“Hidup tak pernah ideal bagi siapapun. Semua orang diuji dengan takaran masing-masing, Yang paling beruntung adalah mereka yang dapat menerima takdir Allah dengan lapang dada dan bersyukur kepadanya. Karena yakin bahwa apapun yang Allah tetapkan adalah yang terbaik”

-Ustadzah Halimah Alaydrus-



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PADA ROXY SUPERMARKET JEMBER, DI KABUPATEN JEMBER” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari dalam menyusun skripsi ini banyak mendapat dukungan, bimbingan bantuan dan kemudahan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan ketulusan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Hanafi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Maheni Ika Sari, S.E., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr. Trias Setyowati, SE,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Dr.Budi Santoso,SE, MM., M.Akun. selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberi bimbingan dan pengarahan dengan tekun dan sabra dalam penulisan skripsi ini.
5. Ahmad Izzudin, SE., MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberi bimbingan dan pengarahan dengan tekun dan sabra dalam penulisan skripsi ini.
6. Dr. Ir. Eko Budi Satoto, M.MT. selaku dosen penguji skripsi yang telah bersedia memberikan kritik dan saran, bimbingan serta arahan yang bermanfaat demi penyempurnaan skripsi ini.
7. Biro Kepegawaian Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penulis untuk melakukan penelitian.
8. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya pembuatan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENULIS.....	ii
PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Tinjauan Teori.....	6
2.1.1 <i>Grand Theory</i>	6
2.1.2 Bauran Pemasaran	6
2.1.3 <i>Brand Image</i>	7
2.1.4 Kualitas Layanan	8
2.1.5 Persepsi Harga	12
2.1.6 Pembelian Ulang	13
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Kerangka Konseptual.....	17
2.4 Hipotesis Penelitian	17

2.4.1	Pengaruh <i>brand image</i> terhadap pembelian ulang	17
2.4.2	Pengaruh kualitas layanan terhadap pembelian ulang.....	18
2.4.3	Pengaruh persepsi harga terhadap pembelian ulang.....	18
BAB 3	20
METODE PENELITIAN	20
3.1	Identifikasi Variabel	20
3.1.1	Variabel Independen (Bebas)	20
3.1.2	Variabel Dependen (Terikat).....	20
3.2	Definisi Operasional	20
3.2.1	Variabel Independen.....	20
3.3	Desain Penelitian	21
3.4	Jenis Data.....	21
3.4.1	Data Primer.....	21
3.4.2	Data Sekunder	22
3.5	Populasi dan Sampel.....	22
3.5.1	Populasi.....	22
3.5.2	Sampel.....	22
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	22
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.7	Teknik Analisis Data	23
3.7.1	Uji Instrumen Penelitian.....	23
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	24
3.8.1	Uji Normalitas	24
3.8.2	Uji Multikolinearitas	24
3.8.3	Uji Heteroskedastisitas	24
3.9	Uji Hipotesis	24
3.9.1	Analisis Linier	24
3.9.2	Uji T.....	25
3.9.3	Uji R	25
BAB 4	26
HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	26

4.1.1	Sejarah Singkat Roxy Supermarket Jember	26
4.1.2	Produk-Produk Roxy Supermarket Jember	27
4.2	Deskripsi Statistik Responden	28
4.3	Analisis Indeks Jawaban Responden	29
4.4	Hasil Analisis Data	39
4.4.1	Hasil Uji Instrumen Data	39
4.4.2	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	41
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	42
4.4.4	Hasil Uji Hipotesis	45
4.4.5	Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²)	46
4.5	Pembahasan	46
4.5.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Pembelian Ulang	46
4.5.2	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Pembelian Ulang	47
4.5.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Pembelian Ulang	48
BAB 5	50
PENUTUP	50
5.1	Kesimpulan	50
5.2	Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Data.....	23
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	29
Tabel 4.3 <i>Brand Image</i> (X1.1).....	29
Tabel 4.4 <i>Brand Image</i> (X1.2).....	30
Tabel 4.5 <i>Brand Image</i> (X1.3).....	30
Tabel 4.6 <i>Brand Image</i> (X1.4).....	31
Tabel 4.7 <i>Brand Image</i> (X1.5).....	31
Tabel 4.8 <i>Brand Image</i> (X1.6).....	32
Tabel 4.9 Kualitas Pelayanan (X2.1).....	33
Tabel 4.10 Kualitas Pelayanan (X2.2).....	33
Tabel 4.11 Kualitas Pelayanan (X2.3).....	34
Tabel 4.12 Kualitas Pelayanan (X2.4).....	34
Tabel 4.13 Kualitas Pelayanan (X2.5).....	35
Tabel 4.14 Persepsi Harga (X3.1).....	36
Tabel 4.15 Persepsi Harga (X3.2).....	36
Tabel 4.16 Persepsi Harga (X3.3).....	37
Tabel 4.17 Pembelian Ulang (Y.1).....	37
Tabel 4.18 Pembelian Ulang (Y.2).....	38
Tabel 4.19 Pembelian Ulang (Y.3).....	39
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.22 Hasil Analisa Regresi Linear Berganda.....	41
Tabel 4.23 Hasil Uji Normalitas.....	43
Tabel 4.24 Hasil Uji Multikolinieritas.....	44
Tabel 4.25 Hasil Uji T.....	45
Tabel 4.26 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Pertumbuhan Penjualan Ritel	1
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	17
Gambar 4.1	Logo Roxy Supermarket Jember	26
Gambar 4.2	Produk Roxy Supermarket jember	28
Gambar 4.3	Hasil Uji P-Plot	43
Gambar 4.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	55
Lampiran 2 Tabulasi Data	61
Lampiran 3 Output SPSS Uji Instrumen	65
Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik	69
Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	71
Lampiran 6 Hasil Uji t	72
Lampiran 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	72
Lampiran 8 Dokumentasi	73

