

**PERBANDINGAN PENGARUH PERSEPSI ATRIBUT-ATRIBUT  
TOKO ELZATTA DAN ZOYA TERHADAP MINAT BELI ULANG  
PADA GENERASI MILENIAL**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh  
gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh:  
IKA WINDA WULANDARI  
16.1041.1009**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2020**

**PERBANDINGAN PENGARUH PERSEPSI ATRIBUT-ATRIBUT  
TOKO ELZATTA DAN ZOYA TERHADAP MINAT BELI ULANG  
PADA GENERASI MILENIAL**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh  
gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh:  
IKA WINDA WULANDARI  
16.1041.1009**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2020**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ika Winda Wulandari

NIM : 1610411009

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : PERBANDINGAN PENGARUH PERSEPSI ATRIBUT-ATRIBUT TOKO ELZATA DAN ZOYA TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA GENERASI MILENIAL, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada 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 serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 5 November 2020

Yang menyatakan,



Ika Winda Wulandari

NIM. 16.1041.1009

**SKRIPSI**

**PERBANDINGAN PENGARUH PERSEPSI ATRIBUT-ATRIBUT  
TOKO ELZATTA DAN ZOYA TERHADAP MINAT BELI ULANG  
PADA GENERASI MILENIAL**

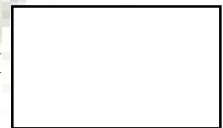
Oleh :

**IKA WINDA WULANDARI**

**NIM. 16.1041.1009**

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Maheni Ika S., SE. MM



Dosen Pembimbing Pendamping : Yohanes G.W., SE. MM



## PENGESAHAN

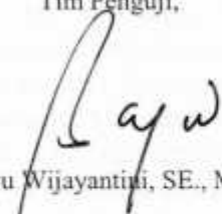
Skripsi berjudul; *Perbandingan Pengaruh Persepsi Atribut-Atribut Toko Elzatta dan Zoya Terhadap Minat Beli Ulang pada Generasi Milenial*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 5 November 2020

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

  
Bayu Wijayantini, SE., MM

NPK : 0717027904

Anggota 1,



Maheni Ika Sari., SE. MM  
NPK : 197708112005012000

Anggota 2,



Yohanes Gunawan W., SE. MM  
NPK : 15 09 653

Mengesahkan :

Dekan,



Maheni Ika Sari., SE. MM  
NPK : 197708112005012000

Ketua Program Studi,



Haris Hermawan, SE., MM  
NPK 15 03 640

v

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Perbandingan Pengaruh Persepsi Atribut-Atribut Toko Elzata dan Zoya Terhadap Minat Beli Ulang pada Generasi Milenial” sesuai dengan rencana yang telah direncanakan.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui perbandingan pengaruh persepsi atribut-atribut toko Elzata dan Zoya terhadap minat beli ulang pada generasi milenial.

Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Jember, Dr. Hanafi, M.Pd.
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE. MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember sekaligus pembimbing yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Haris Hermawan, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Bapak Yohanes Gunawan Wibowo, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kedua orang tua yang telah memberikan doa dan semangat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
6. Teman-teman Manajemen 2016 atas dukungan dan semangatnya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kemajuan ilmu manajemen.

Jember, 5 November 2020

Penulis

## PERSEMBAHAN

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

1. Kedua orang tua mama, ayah serta kakek nenek dengan doanya, kasih sayangnya, semangat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar. Segala perjuangan peneliti hingga titik ini saya persembahkan pada dua orang paling berharga dalam hidup saya. Hidup menjadi begitu mudah dan lancar ketika kita memiliki orang tua yang lebih memahami kita daripada diri kita sendiri. Terima kasih telah menjadi orang tua yang sempurna.
2. Ibu Maheni Ika Sari SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember sekaligus dosen pembimbing yang telah membimbing dari awal penyusunan skripsi ini serta memberikan arahan dan semangat kepada peneliti.
3. Bapak Yohanes Gunawan Wibowo SE, MM selaku dosen pembimbing yang juga telah memberikan bimbingan kepada peneliti dengan segala arahnya, semangat dan kesabarannya kepada peneliti.
4. Ibu Bayu Wijyantini, SE, MM selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran untuk penelitian ini.
5. Seluruh dosen prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Jember dan para staff yang telah membantu dan memberikan fasilitas kepada peneliti demi kelancaran penelitian.
6. Pihak Persewaan Tenda Dina Dini Bondowoso yang telah memberikan kesempatan peneliti untuk melakukan penelitian dengan memberikan informasi dan data kepada peneliti sebagai kebutuhan penelitian.
7. Saudara-saudaraku, keluarga besar yang telah memberikan support dan fasilitas ketika sedang mengalami masalah dengan keterbatasan fasilitas yang ada.
8. Sahabat-sahabat yang telah memberikan semangat, doa dan memberikan bantuan. Skripsi ini peneliti persembahkan untuk sahabat-sahabat baikku, Mas Edo, Nailiatul Fita Agustin, Istifaroh, Ira Novita, Siti Maryam terima kasih telah memberi bantuan saat peneliti membutuhkan kalian. Kebajikan kalian tiada bandingannya. Tanpa inspirasi, dorongan, dan dukungan yang telah kalian berikan, peneliti mungkin bukan apa-apa saat ini.

9. Teman-teman seangkatan Manajemen 2016 khususnya teman seperjuangan kelas Manajemen A yang membantu dan mengajarkan kesabaran serta tumbuh dan berkembang serta menuntut ilmu bersama. Tanpa kalian mungkin masa-masa kuliah saya akan menjadi biasa-biasa saja. Maaf jika banyak salah dengan maaf yang tak terucap. Terima kasih untuk support yang luar biasa.
10. Almamater tercinta dan kebanggaan. Semoga tetap selalu jaya.





## MOTTO

"Barang siapa yang bersungguh sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri"

(Surah Al-Ankabut Ayat 6)

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui”

(Surah Al Baqarah Ayat 216)

Sukses adalah guru yang buruk. Sukses menggoda orang yang tekun ke dalam pemikiran bahwa mereka tidak dapat gagal

Bill Gates

Tujuan pendidikan itu untuk mempertajam kecerdasan, memperkuat kemauan serta memperhalus perasaan

Tan Malaka

Sukses adalah saat persiapan dan kesempatan bertemu

*Bobby Unser*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN PENULIS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN PENULIS</b> .....	<b>ix</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Pemasaran .....	11
2.1.2 Pemasaran Jasa .....	12
2.1.3 Karakteristik jasa .....	13
2.1.4 Manajemen Ritel .....	14
2.1.5 Perilaku Konsumen .....	15
2.1.6 Atribut Toko .....	17
2.1.7 Kualitas Layanan .....	18
2.1.8 Minat Beli .....	22
2.1.9 Minat Beli Ulang .....	22
2.1.10 Generasi Milenial (Y).....	23
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	25
2.3 Kerangka Konseptual .....	27

2.4 Hipotesis .....	29
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Identifikasi Variabel .....	30
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	30
3.3 Desain Penelitian .....	31
3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	31
3.5 Jenis Data .....	31
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	32
3.6.1 Populasi .....	32
3.6.2 Sampel .....	32
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	32
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.7 Teknik Analisis Data .....	33
3.8 Skala Pengukuran .....	33
3.9 Teknik Analisis Data .....	33
3.9.1 Analisis Deskriptif .....	33
3.9.2 Uji Instrumen .....	34
3.9.2.1 Uji Validitas .....	34
3.9.2.2 Uji Reliabilitas .....	34
3.9.2.3 Uji Beda ( <i>Independent Sample t-test</i> ) .....	35
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	36
4.1.1 Gambaran Umum Elzatta .....	36
4.1.2 Gambaran Umum Zoya .....	37
4.2 Karakteristik Responden .....	38
4.2.1 Deskriptif Karakteristik Responden .....	38
4.3 Analisis Deskriptif .....	39
4.3.1 Deskripsi Variabel .....	39
4.4 Uji Instrumen .....	41
4.4.1 Uji validitas .....	41
4.4.2 Uji reliabilitas .....	41
4.4.3 Uji Beda ( <i>Independent Sample t-test</i> ) .....	42
4.5 Pembahasan .....	43
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>46</b>
5.1 Kesimpulan .....	46
5.2 Saran .....	46
5.3 Rekomendasi .....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>48</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>51</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Top Brand Index 2018 Hijab .....	8
Tabel 1.2 Daftar Harga dari Produk Jilbab Elzatta, Zoya, Rabbani, dan Azzurra .....	8
Tabel 4.1 Tingkat Umur Responden .....	38
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	38
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	39
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap atribut- atribut toko Elzatta.....	39
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap atribut- atribut toko Zoya.....	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas .....	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Beda (Independent Sample t-test) .....	43

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Pertumbuhan Generasi Muslim Milenial di Indonesia tahun 2016-2019 .....	4
Gambar 1.2 Data Perkembangan Penjualan Produk Hijab di Kab. Jember 2019 .....	6
Gambar 2.1 Model Sederhana Proses Pemasaran (Kotler & Amstrong, 2008 : 6) .....	12
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	28



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Kuesioner.....	51
Lampiran 2 Rekapitulasi Kuisioner .....	56
Lampiran 3 Jawaban Responden .....	61
Lampiran 4 Uji Instrumen .....	72
Lampiran 5 Uji Beda (Independent Sample T-Test) .....	78
Lampiran 6 r Tabel	

