

**ANALISIS PENGARUH PERCEIVED SERVICE QUALITY
DAN PERCEIVED SERVICE ENVIRONMENT TERHADAP
REPURCHASE INTENTIONS YANG DIMEDIASI
OLEH EMOTIONAL SATISFACTION
(Studi Empiris PadaKonsumen Natasha Skin Care)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh :
Sekar Arum Wijayanti
B 100150344

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertandatangan di bawah ini pembimbing skripsi tugas akhir.

Nama : Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D

Telah membaca dan mencermati skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH PERCEIVED SERVICE QUALITY DAN
PERCEIVED SERVICE ENVIRONMENT YANG DIMEDIASI
OLEH EMOTIONAL SATISFACTION
(Studi Empiris Pada Konsumen Natasha Skin Care)**

Oleh:

SEKAR ARUM WIJAYANTI

B 100 150 344

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 3 Agustus 2019

Pembimbing



(Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Samsudin, S.E., M.M)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. AYani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **SEKAR ARUM WIJAYANTI**

NIRM/NIM : **B100150344**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi: **ANALISIS PENGARUH PERCEIVED SERVICE QUALITY DAN PERCEIVED SERVICE ENVIRONMENT TERHADAP REPURCHASE INTENTIONS YANG DIMEDIASI OLEH EMOTIONAL SATISFACTION (Studi Empiris Pada Konsumen Natasha Skin Care)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwaskrripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya sayasendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 09 Agustus 2019
Yang membuat pernyataan,

(Sekar Arum Wijayanti)

MOTTO

“Yaa ayyuhalladziina aaamanius biruuwa soobiruu wa roobituuwttaqulloha la allakum tuflihuun.”

“Hai orang-orang yang beriman, bersabarlah kamu dan kuatkanlah kesabaran kalian, selalu siaga dan bertaqwalah kepada Allah agar kalian menjadi orang yang beruntung”
(Q.S. Ali Imran:200)

“Dari hati jadi aksi, dari hati turun ke kaki. Cita-cita jangan hanya disimpan di dalam pikiran, tapi harus diwujudkan dan diperjuangkan.”
(Merry Riana)

“Semua mimpi kita dapat terwujud, jika kita berani untuk mewujudkannya.”
(Walt Disney)

“Perjuangan tidak melulu soal maju dan menyerang. Terkadang juga soal berdiri dan bertahan.”
(Fiersa Besari)

PERSEMBAHAN



Alhamdulillah, segala puji Allah SWT dengan kemurahan dan ridho-Nya, skripsi ini dapat ditulis dengan baik dan lancar hingga selesai. Dengan ini akan kupersembahkan skripsi ini kepada :

1. Nabi ku, Nabi Muhammad SAW sebagai panutan umat muslim yang penuh dengan kemuliaan dan ketaatan kepada Allah SWT memberiku motivasi tentang kehidupan dan mengajari ku hidup melalui sunnah-sunnahnya.
2. Orang tua ku tersayang Putut Budi Wicaksono (Bapak) dan Budi Utami (Ibu) yang selalu memberikan ku ketenangan, kenyamanan, motivasi, doa terbaik dan menyisihkan finansial nya, sehingga aku bisa menyelesaikan studi ku. Kalian sangat berarti bagiku.
3. Guruku sekaligus orang tua kedua ku di kampus (pembimbing tugas akhir) Ibu Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D yang telah sabar membimbing ku untuk menyelesaikan tugas akhirku. Jasamu takkan pernah kulupakan.
4. Adik-adik kandung ku tercinta, Sekar Kurnia Ramadhani (adik pertama) dan Patria Wirabhakti Wicaksono (adik kedua) yang telah memberikan doa dan semangat sepanjang hari.

5. Teman-teman magang ku Naila, Candra, Heri, Awang yang telah menghibur ku di kala sedih mengerjakan skripsi, karena tingkah laku kalian. Ayo semangat ngerjain skripsinya guys. Jangan malas-malasan.
6. Teman-teman dekatku Naila, Rizki, Ade, Vivit, Tika yang selalu memberi semangat dan mendorong untuk berjuang bersama dalam menyelesaikan studi.
7. Teman-teman satu bimbingan ibu Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D yang sudah membantu penulis mengerjakan skripsi ini dan kita berjuang bersama.
8. Almamaterku, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived service quality* dan *perceived service environment* terhadap *repurchase intentions* yang dimediasi oleh *emotional satisfaction* (Studi Empiris pada konsumen Natasha Skin Care). Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausal dan metode pengumpulan data dalam penelitian menggunakan kuesioner atau angket yang diisi langsung oleh responden serta berkunjung minimal 1 bulan. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode Non Probability Sampling dengan teknik Purposive Sampling. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik analisis regresi linear berganda, uji-t, uji F dan uji determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived service quality* dan *perceived service environment* berpengaruh positif terhadap *repurchase intentions* konsumen Natasha Skin Care. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *perceived service quality* dan *perceived service environment* tidak berpengaruh positif terhadap *repurchase intentions* melalui *emotional satisfaction*.

Kata Kunci: *Perceived Service Quality, Perceived Service Environment, Emotional Satisfaction, Repurchase Intentions*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of perceived service quality and perceived service environment on repurchase intentions mediated by emotional satisfaction (Empirical Study on Natasha Skin Care consumers). This type of research is causal quantitative research and data collection methods in research using questionnaires or questionnaires that are filled directly by respondents and visit at least 1 month. Samples taken were 100 respondents. This study uses the Non Probability Sampling method with Purposive Sampling techniques. The analysis used includes the validity and reliability test, the classic assumption test of multiple linear regression analysis, t-test, F test and determination test (R²). The results of the study showed that perceived service quality and perceived service environment had a positive effect on consumer repurchase intentions of Natasha Skin Care. The results also showed that perceived service quality and perceived service environment did not have a positive effect on repurchase intentions through emotional satisfaction.

Keywords: Perceived Service Quality, Perceived Service Environment, Emotional Satisfaction, Repurchase Intentions

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Allhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan ridhlo, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa tetap tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang telah menunjukkan kepada kita dari zaman kegelapan ke zaman yang terang-benderang yaitu Dienul Islam.

Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Judul yang diajukan penulis adalah “ANALISIS PENGARUH PERCEIVED SERVICE QUALITY DAN PERCEIVED SERVICE ENVIRONMENT TERHADAP REPURCHASE INTENTIONS YANG DIMEDIASI OLEH EMOTIONAL SATISFACTION (STUDI EMPIRIS PADA KONSUMEN NATASHA SKIN CARE)”.

Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, masih banyak kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki. Semoga hasil penelitian ini dapat berguna, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam penulisan Skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmad dan hidayahnya hingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Dr. H. Sofyan Anif, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D selaku Ketua Kaprodi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Ibu Soepatini S.E., M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu serta dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak Basworo Dibyo, S.E., M.Si selaku pembimbing akademis yang telah memberikan dorongannya dalam membantu menyelesaikan perkuliahan penulis.
7. Segenap Dosen dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta Program S1 Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
8. Kedua orang tua tercinta, Bapak Putut Budi Wicaksono dan Ibu Budi Utami yang dengan penuh kesabaran dan pengorbanannya selalu memberikan dorongan, bantuan material maupun non material agar penulis dapat menyelesaikan studi.

9. Kedua adik ku tercinta, Sekar Kurnia Ramadhani dan Patria Wirabhakti Wicaksono serta keluarga besar atas segala dukungan, semangat dan do'a yang tiada hentinya.
10. Teman-teman program studi Manajemen angkatan '15 yang banyak memberikan saran dan motivasi, terima kasih atas dukungannya selama ini. Dan kebersamaan yang telah dicapai selama 4 tahun ini semoga menjadi kenangan terindah yang tidak terlupakan.
11. Seluruh responden konsumen Natasha Skin Care yang telah meluangkan waktunya serta bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 9 Juli 2019

Penulis

Sekar Arum Wijayanti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori	12
1. Perilaku Konsumen	12
2. Persepsi Kualitas Pelayanan(Perceived Service Quality).....	27
3. Persepsi Lingkungan Layanan (Perceived Service Environment).....	35
4. Niat Membeli Ulang (Repurchase Intentions)	39
5. Kepuasan Emosional (Emotional Satisfaction).....	46
B. Penelitian Terdahulu	50
C. Hipotesis	52

	D. Kerangka Pemikiran	56
BAB III	METODE PENELITIAN	58
	A. Jenis Penelitian	58
	B. Waktu dan Tempat Penelitian	58
	C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	59
	D. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	66
	E. Metode Pengumpulan Data	68
	F. Metode Analisis Data	70
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	85
	A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian.....	85
	B. Deskripsi Responden	86
	1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	87
	2. Deskripsi Usia Responden	87
	3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	88
	4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ...	89
	5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	90
	6. Deskripsi Apakah Anda Mengetahui Natasha Skin Care	90
	7. Deskripsi Responden Berdasarkan Apa Yang Anda Ketahui Tentang Natasha Skin Care	91
	8. Deskripsi Responden Berdasarkan Darimana Anda Mengetahui Natasha Skin Care	92
	9. Deskripsi Kunjungan Natasha Skin Care Dalam 6 Bulan Terakhir.....	94
	C. Deskripsi Jawaban Responden	95
	1. Penilaian Responden terhadap Variabel Perceived Service Quality.....	95
	2. Penilaian Responden terhadap Variabel Perceived Service Environment.....	96

3.	Penilaian Responden terhadap Variabel Emotional Satisfaction.....	97
4.	Penilaian Responden terhadap Variabel Repurchase Intentions.....	98
D.	Metode Analisis Data	99
1.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	99
2.	Uji Asumsi Klasik.....	101
3.	Uji Regresi Berganda	103
4.	Uji Pengaruh Intervening Hipotesis Path.....	110
E.	Pembahasan	113
1.	Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan (Perceived Service Quality) terhadap Kepuasan Emosional (Emotional Satisfaction)	113
2.	Pengaruh Persepsi Lingkungan Layanan (Perceived Service Environment) terhadap Kepuasan Emosional (Emotional Satisfaction).....	114
3.	Kepuasan Emosional (Emotional Satisfaction) memediasi Persepsi Kualitas Layanan (Perceived Service Quality) dan Persepsi Lingkungan Layanan (Perceived Service Environment) terhadap Niat Membeli Ulang (Repurchase Intentions)	115
4.	Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan (Perceived Service Quality) terhadap Niat Membeli Ulang (Repurchase Intentions).....	117
5.	Pengaruh Persepsi Lingkungan Layanan (Perceived Service Environment) terhadap Niat Membeli Ulang (Repurchase Intentions).....	117
BAB V	PENUTUP	119
A.	Kesimpulan	119
B.	Keterbatasan Penelitian	120
C.	Saran	120

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Usaha jasa kecantikan perawatan kulit di wilayah Surakarta	3
Tabel 1.2	Perolehan Top Brand Award pada kategori Klinik Kecantikan atau Perawatan Kulit tahun 2017-2018.....	4
Tabel 1.3	Klinik Kecantikan Terfavorit Terbaik Di Indonesia	5
Tabel 2.1	Model Perilaku Konsumen Menurut Kolter.....	14
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	50
Tabel 3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	59
Tabel 3.2	Skala Likert pada Pertanyaan Tertutup	61
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	87
Tabel 4.2	Deskripsi Usia	87
Tabel 4.3	Deskripsi Pekerjaan.....	88
Tabel 4.4	Deskripsi Pendidikan Terakhir.....	89
Tabel 4.5	Deskripsi Pendapatan Per Bulan	90
Tabel 4.6	Deskripsi Mengetahui Natasha Skin Care	91
Tabel 4.7	Deskripsi Pengetahuan Tentang Natasha Skin Care	91
Tabel 4.8	Deskripsi Asal Mula Mengetahui Natasha Skin Care.....	92
Tabel 4.9	Deskripsi Kunjungan Natasha Skin Care	94
Tabel 4.10	Distribusi tanggapan responden pada Variabel Persepsi Kualitas Layanan (Perceived Service Quality) (X1)	95
Tabel 4.11	Distribusi tanggapan responden pada Variabel Perceived Service Environment (X2).....	96
Tabel 4.12	Distribusi tanggapan responden pada Variabel Emotional Satisfaction (M)	97
Tabel 4.13	Distribusi tanggapan responden pada Variabel Repurchase Intentions (Y).....	98
Tabel 4.14	Pengujian Validitas	100
Tabel 4.15	Pengujian Reliabilitas.....	101
Tabel 4.16	Pengujian Normalitas	101
Tabel 4.17	Pengujian Multikolinieritas	102

Tabel 4.18 Pengujian Heteroskedastisitas	103
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis I ($X \longrightarrow M$).....	103
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis II ($X \longrightarrow M \longrightarrow Y$).....	107
Tabel 4.23. Pengujian Jalur	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap-Tahap Dalam Proses Pembelian.....	27
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Data
- Lampiran 3 Hasil Perhitungan Statistik
- Lampiran 4 Tabel r product moment, Nilai t