

**PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
UNIQLO PADA GEN Z DI INDONESIA**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1) Pada
Program Studi Manajemen**

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Louis Melvern Hartono

NPM 200325663

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

**PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
UNIQLO PADA GEN Z DI INDONESIA**



Disusun Oleh:
Louis Melvern Hartono
NPM 200325663

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Budi', is positioned below the 'Pembimbing' label.

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

11 Juni 2024

Lembar Pengesahan

**PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UNIQLO
PADA GEN Z DI INDONESIA**



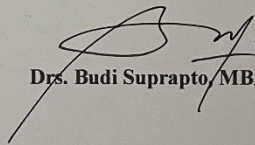
Disusun Oleh:

Louis Melvern Hartono

NPM: 200325663

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing,


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

24 Juli 2024

Skripsi

**PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UNIQLO
PADA GEN Z DI INDONESIA**

yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

Louis Melvern Hartono

NPM: 200325663

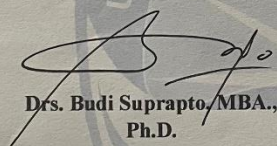
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

pada tanggal 18 Juli 2024

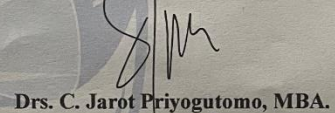
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

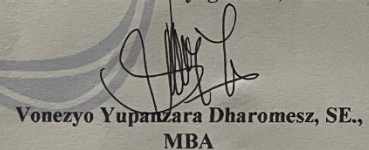
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


**Drs. Budi Suprpto, MBA.,
Ph.D.**

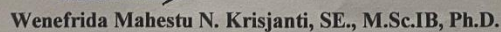
Anggota Panitia Penguji


Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.


**Vonezyo Yupanzara Dharomesz, SE.,
MBA**

Yogyakarta, 24 Juli 2024

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**


Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D.

PERNYATAAN

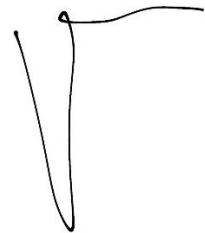
Saya yang bertanda tangan di bawah ini, dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UNIQLO PADA GEN Z DI INDONESIA

Saya menyatakan bahwa karya ini adalah hasil dari usaha saya sendiri. Setiap pernyataan, ide, atau kutipan yang berasal dari tulisan atau pemikiran orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung, telah saya cantumkan secara tertulis di bagian daftar pustaka dalam skripsi ini. Jika di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiarisme dalam skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh akan dinyatakan batal dan saya akan mengembalikannya kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 Juni 2024

Yang menyatakan,



Louis Melvern Hartono

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan kasih setia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo Pada Gen Z Di Indonesia”** dengan lancar dan tepat waktu. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

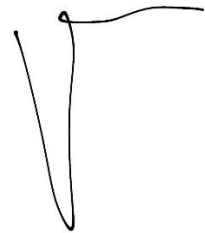
Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa semangat yang luar biasa dan dukungan dari berbagai pihak, terutama orang tua, dan keluarga. Pada kesempatan kali ini dengan segala rasa bangga, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang memberikan pertolongan yang luar biasa dalam pengerjaan skripsi ini.
2. Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga untuk memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Penulis mendapatkan banyak inspirasi dan pelajaran baru selama proses penyusunan skripsi.
3. Bapak/ Ibu Dosen Fakultas Bisnis Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang teramat banyak memberikan ilmu dan membagikan pelajaran hidup.
4. Orang tua yang senantiasa memberikan doa, dukungan, fasilitas, dan kasih sayang sehingga menjadi anugerah terbesar bagi penulis. Semoga Tuhan Yesus senantiasa memberkati dan melindungi mereka.
5. Keluarga besar saya (Thania, Tasha, Koko Jack, Ci Febe, Ci Siska, Jordan, Alvin, Angel) yang telah memberikan dukungan dan banyak membantu saya.
6. Maurenn Ellennia, I Putu Erwin, Robert Lee sebagai *partner* yang membimbing dan memotivasi dalam pengerjaan skripsi dimanapun dan kapanpun.
7. Teman-teman terbaik Rio, Juan, Cindy, Dea, Dewi, Arya, Alfland yang ada di saat duka maupun suka.

8. Semua pihak yang telah membantu namun tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan, doa, dan semangat yang telah diberikan.

Penulis menyadari penyajian maupun pembahasan skripsi ini masih memiliki kekurangan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan penelitian dengan topik yang serupa di kemudian hari. Harapan penulis, kiranya skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan, khususnya di bidang Manajemen Pemasaran.

Peneliti

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'V' shape with a horizontal line extending to the right from the top of the 'V'.

Louis Melvern Hartono

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Akademisi	4
1.4.2 Manfaat Perusahaan	4
1.4.3 Manfaat Peneliti	4
1.5 Sistematika Pembahasan Penelitian	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Harga	6
2.1.2 Kualitas Layanan.....	6
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	7
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	7
2.2 Penelitian Terdahulu	8
2.3 Pengembangan Hipotesis	13
2.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	13

2.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.	13
2.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.	14
2.3.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian.	15
2.3.6 Pengaruh Kepuasan Terhadap Harga Dan Keputusan Pembelian.....	15
2.3.7 Pengaruh Kepuasan Terhadap Kualitas Layanan Dan Keputusan Pembelian.....	16
2.4 Kerangka Penelitian	17
BAB III	18
METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Jenis Penelitian.....	18
3.2 Objek, Subjek, dan Lokasi Penelitian	18
3.3 Populasi dan Sampel	18
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	19
3.5 Metode Pengumpulan Data	19
3.6 Definisi Operasional.....	20
3.7 Pengukuran Data	23
3.8 Metode Analisis Data.....	23
3.8.1 Pengujian Instrumen.....	23
3.8.2 Alat Analisis.....	24
BAB IV	26
ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1 Pengantar.....	26
4.2 Hasil Statistik Deskriptif Profil Responden	26
4.2.1 Analisis Responden Berdasarkan Filtering pada Minat Pembelian produk Uniqlo.....	26
4.2.2 Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Demografis.....	27
4.3 Analisis Deskriptif	29
4.4 Evaluasi Model.....	30
4.4.1 Model Pengukuran (Outer Model)	30
4.4.2 Validitas Konvergen.....	30
4.4.3 Validitas Diskriminan	31
4.4.4 Reliabilitas	33

4.4.5 Model Struktural (Inner Model)	33
4.4.6 R Square	34
4.4.7 Predictive Relevance (Q Square)	35
4.4.8 Hasil Pengujian Hipotesis	37
4.5 Pembahasan.....	40
BAB V	49
KESIMPULAN DAN SARAN.....	49
5.1 Kesimpulan	49
5.1.1 Kesimpulan Berdasarkan Analisis Deskriptif	49
5.1.2 Kesimpulan Berdasarkan Analisis Hipotesis Penelitian	49
5.2 Implikasi Manajerial	51
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	52
5.4 Saran Penelitian.....	53
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Model Struktural.....	50
Gambar 4.2 Predictive Relevance.....	51
Gambar 4.3 Pengujian Hipotesis.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Responden Yang Masuk Kriteria Gen Z	42
Tabel 4. 2 Responden Yang Pernah Membeli Produk Uniqlo.....	42
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	43
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	44
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif.....	44
Tabel 4.7 Uji Validitas Konvergen.....	46
Tabel 4.8 Nilai Fornell-Larcker Criterion.....	47
Tabel 4.9 Nilai loading silang (cross loading)	48
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.11 Hasil Pengujian R Square.....	50
Tabel 4.12 Predictive Relevance.....	52
Tabel 4.13 Pengujian Hipotesis.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lampiran Variabel dan Indikator	57
Lampiran 2. Lampiran Kuisisioner	59
Lampiran 3. Lampiran Kuisisioner Daring (Google Form).....	62

**PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK UNIQLO
PADA GEN Z DI INDONESIA**

Louis Melvern Hartono

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

**Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas
Atma Jaya Yogyakarta Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, Kualitas Layanan, dan kepuasan pelanggan terhadap minat pembelian produk uniqlo pada gen z di Indonesia. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Populasi yang diperhitungkan dari penelitian ini adalah gen z di Indonesia. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 403 responden dengan penyebaran kuisisioner menggunakan teknik purposive sampling. Pengujian hipotesis menggunakan teknik regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji parsial dan uji simultan. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan menggunakan skala likert 5 poin, dengan pemanfaatan Google Form sebagai media kuesioner, yang selanjutnya disebarluaskan melalui social media. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan software Partial Least Square (SmartPLS). Hasil yang didapatkan adalah pengujian hipotesis yang digunakan dapat diterima dan menghasilkan

Kata kunci: Harga, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Minat Pembelian, Produk Uniqlo.