

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG**

SMARTPHONE VIVO

(STUDI KASUS MAHASISWA BUNG HATTA)

SKRIPSI



Oleh:

MUHAMMAD IQBAL HAMDANI

1710011211130

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

2020

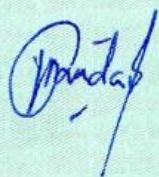
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama	:Muhammad Iqbal Hamdani
NPM	:1710011211130
Program Studi	:Strata 1 (S1)
Jurusan	:Manajemen
Judul Skripsi	:Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Smartphone Vivo (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bung Hatta)

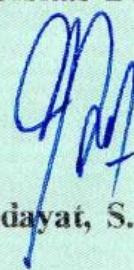
Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan Kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari **Selasa, 17 Agustus 2021**

Pembimbing Skripsi



Irdia, S.E, MA

PLT Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta



Dr. Hidayat, S.T., M.T., IPM.

P E R N Y A T A A N

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, 27 Agustus 2021



Muhammad Iqbal Hamdani

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, SERVICE
QUALITY AND BRAND IMAGE ON VIVO SMARTPHONE
REPURCHASE INTEREST**

(STUDENT CASE STUDY BUNG HATTA)

¹⁾ Muhammad Iqbal Hamdani, ²⁾Irda
Mahasiswa dan Dosen Program Studi S1 Ilmu Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta
Email : ¹⁾iqbalmorfin67@gmail.com, ²⁾Irda@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study examines product quality, service quality, and brand image on the intention to repurchase Vivo smartphones (case study of Bung Hatta students). In this study, the number of samples was eighty respondents, the data collection method used was purposive sampling. The research method used was multiple linear regression, R test, F-Statistic test and T-statistical test, with the help of the PLS program. The results of the study found that product quality partially had a positive and significant effect on repurchase interest, while service quality and brand image had no effect on Vivo smartphone repurchase intention (case study of Bung Hatta university students).

Keywords: Product Quality, Service Quality, Brand Image, Repurchase Interest

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG
SMARTPHONE VIVO**

(STUDI KASUS MAHASISWA BUNG HATTA)

¹⁾ Muhammad Iqbal Hamdani, ²⁾Irda

**Mahasiswa dan Dosen Program Studi S1 Ilmu Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta**

Email : ¹⁾iqbalmorfin67@gmail.com, ²⁾Irda@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini menguji kualitas produk, kualitas pelayan, dan citra merek terhadap minat beli ulang smartphone vivo (studi kasus mahasiswa bung hatta). Pada penelitian ini jumlah sampel delapan puluh responden, metode pengumpulan data yang digunakan adalah *purposive sampling* Metode penelitian yang digunakan adalah regresi linear berganda, uji R, uji F-Statistik dan uji T-statistik, dengan bantuan program PLS. Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, sedangkan kualitas pelayanan dan citra merek tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang smartphone vivo (studi kasus mahasiswa universitas bung hatta).

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra merek, Minat Beli Ulang

DAFTAR ISI

Hal

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSIi
PERNYATAAN.....	.ii
ABSTRACTiii
ABSTRAKiv
KATA PENGATAR.....	.v
DAFTAR ISI.....	.vi
DAFTAR TABELxiii
DAFTAR GAMBAR.....	.xiv
DAFTAR LAMPIRANxv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat penelitian	8

BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Literatur	
2.1.1 Minat Beli Ulang.....	9
2.1.1.1 Pengertian Minat Beli Ulang	9
2.1.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat	

Beli Ulang.....	9
2.1.2 Kualitas Produk	10
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk	10
2.1.2.2 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	10
2.1.3 Kualitas Pelayanan	11
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	11
2.1.3.2 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	11
2.1.4 Pengertian Citra Merek	11
2.1.4.1 Pengertian Citra Merek.....	10
2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek	12
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	13
2.2.1 Pengaruh kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	13
2.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang.....	13
2.2.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang..	14
2.3 Kerangka Konseptual	16

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	17
3.2 Populasi dan Sampel.....	17

3.3 Jenis Data dan Sumber Data.....	17
3.4 Teknik Pengumpulan Data	18
3.5 Definisi Operasional Variabel	18
3.5.1 Minat Beli Ulang (Y)	18
3.5.1.1 Indikator Minat Beli Ulang	19
3.5.2 Kualitas Produk (X1)	19
3.5.2.1 Indikator Kualitas Produk	19
3.5.3 Kualitas Pelayanan(X2)	20
3.5.3.1 Indikator Kualitas Pelayanan	20
3.5.4 Citra Merek(X3).....	20
3.5.4.1 Indikator Citra Merek.....	21
3.6 Pengukuran Instrumen.....	21
3.7 Teknik Analisa Data	22
3.7.1 Partial Least Square	22
3.7.1.1 Measurement Model Assesment	22
3.7.1.2 Analisis Deskriptif	23
3.7.1.3 R Square dan Q Square	24
3.7.1.4 Structural Model Assesment	25

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Hasil Penyebaran Kuesioner	27
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender dan Umur	27
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan	

Pekerjaan	28
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	29
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Memakai Smartphone Vivo.....	31
4.2 Mengevaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	32
4.2.1 <i>Convergent Validity</i>	32
4.2.2 <i>Discriminant Validity</i>	34
4.2.3 Reliabilitas Konstruk(<i>Reliability Construct</i>)	37
4.2.4 Analisis Deskriptif	38
4.2.4.1 <i>Minat Beli Ulang</i>	38
4.2.4.2 <i>Kualitas Produk</i>	39
4.2.4.3 <i>Kualitas Pelayanan</i>	40
4.2.4.4 <i>Citra Merek</i>	41
4.3 Pengujian Model Struktural (<i>Inner model</i>)	42
4.4 Pengujian Hipotesis	43
4.5 Pembahasan	45
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang.....	45
4.5.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap	

Minat Beli Ulang.....	46
4.5.3 Pengaruh Citra Merek terhadap	
Minat Beli Ulang.....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran	49
5.3 Implikasi	50
5.4 Keterbatasan Penelitian	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	4
Tabel 4.1.....	27
Tabel 4.2	29
Tabel 4.3.....	30
Tabel 4.4.....	31
Tabel 4.5.....	33
Tabel 4.6.....	35
Tabel 4.7.....	37
Tabel 4.8.....	39
Tabel 4.9.....	40
Tabel 4.10.....	41
Tabel 4.11.....	42
Tabel 4.12.....	43
Tabel 4.13.....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	3
Gambar 2.1	16
Gambar 4.1	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Kuesioner

Lampiran II : Tabulasi Data

Lampiran III : Profil Responden

Lampiran IV : Model Pengukuran (*Outer Loading*)

Lampiran V : Analisis Deskriptif

Lampiran VI : Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Lampiran VIII : Pengujian Hipotesis (*Path Coeficients*)