

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN
ULANG PRODUK PAKAIAN GURLBUCKET
DIKALANGAN MAHASISWA MANAJEMEN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA PADA
APLIKASI TIKTOKSHOP**

SKRIPSI



OLEH:

**NI KADEK AYU EMAS ADI LESTARI
2217041108**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSRé - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSRé
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN



Pembimbing I	Dr. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. NIP.198602112019031005
Pembimbing II	Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. NIP.198502202010121007



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.

Skripsi oleh NI KADEK AYU EMAS ADI LESTARI ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 26 Mei 2026

Dewan Penguji

Ketua	Made Pramana Putra, M.M. NIP.199607192024061001
Anggota	Dr. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. NIP.198602112019031005
Anggota	Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. NIP.198502202010121007



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen

Menyetujui

Ketua Ujian	Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si. NIP.196810291993032001
Sekretaris Ujian	Made Amanda Dewanti, S.E.,M.M NIP.199106072020122017



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSR - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSR
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan karya tulis yang berjudul” Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli Ulang Produk Gurlbucket Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha) “ beserta seluruh isinya adalah benar karya sendiri dan tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya ini atau terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 13 Mei 2026

Yang membuat pernyataan



Ni Kadek Ayu Emas Adi Lestari

NIM 2217041108

MOTTO

“Hidup yang tidak diperjuangkan tidak akan pernah dimenangkan”



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya. Penulis bisa menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Produk Gurlbucket Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha)”. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen.
5. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Akademik.
6. Dr. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 1 yang selalu memberikan arahan, bimbingan dengan penuh tanggung jawab dan sabar terhadap penulis sehingga skripsi bisa terselesaikan.
7. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah sabar, tanggung jawab, dan bersedia membimbing hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu memberikan saran dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
9. Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah membantu segala proses perkuliahan.
10. Kedua orang tua penulis, I Nyoman Gunaya dan Ni Wayan Nomi, kakak, Ni Putu Linda Kristina, yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat Penulis, Elsie, Sintia, Suci, Elsa dan Asa yang selalu memberikan

motivasi dan dukungan moral kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran membangun dari pembaca. Penulis berharap skripsi ini memberikan manfaat bagi kita semua.

Singaraja, 13 April 2026

Penulis,



DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Pembatasan Masalah	8
1.4. Rumusan Masalah	9
1.5. Tujuan Penelitian	9
1.6. Manfaat Hasil Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN TEORI.....	11
2.1 Deskripsi Teoretis.....	11
2.1.1 Niat Beli Ulang.....	11
2.1.2 Citra Merek.....	13
2.1.3 Kepuasan Pelanggan.....	14
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	15
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	19
2.3.1 Hubungan Antara Citra Merek dengan Niat Beli Ulang.....	19
2.3.2 Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan dengan Niat Beli Ulang	20
2.3.3 Hubungan Antara Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan.....	21
2.3.4 Hubungan Antara Citra Merek dengan Niat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan	21
2.4 Kerangka Berpikir.....	22
2.5 Hipotesis Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	24
3.2 Rancangan Penelitian.....	24
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	25

3.4 Metode Pengumpulan Data	26
3.4.1 Instrumen Variabel Terikat	27
3.4.2 Instrumen Variabel Bebas	30
3.5. Metode dan Teknik Analisis Data.....	32
3.5.1 Uji Asumsi Klasik	33
3.5.2 Uji <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i>	36
3.5.3 Uji Signifikan Mediasi (Uji Sobel).....	37
3.5.4 Uji Determinasi	37
3.6 Hipotesis Statistik	38
3.6.1 Hipotesis Statistik Pengaruh Langsung (<i>Direct Effects</i>).....	38
3.6.2 Hipotesis Statistik Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effects</i>). 39	
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Deskripsi Data.....	40
4.1.1 Karakteristik Responden	40
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif	42
4.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	46
4.2.1 Uji Normalitas	46
4.2.2 Uji Multikolinearitas	48
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	51
4.3 Analisis Jalur.....	53
4.4 Uji Sobel.....	56
4.5 Uji Determinasi	58
4.6 Pengujian Hipotesis	59
4.6.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang.....	60
4.6.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang.....	61
4.6.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	62
4.6.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan	62
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	63
4.7.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang.....	63
4.7.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang.....	66
4.7.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	69

4.7.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan	71
4.8 Implikasi.....	73
BAB V PENUTUP	73
5.1 Rangkuman.....	73
5.2 Simpulan.....	73
5.3 Saran	74
DAFTAR RUJUKAN	77
LAMPIRAN.....	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Investasi Pada Industri Tekstil Indonesia	1
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	23
Gambar 4. 1 Hasil Uji <i>P-Plot</i>	47
Gambar 4. 2 Hasil <i>Scattcherplot</i>	52
Gambar 4. 3 Struktur Hubungan Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli Melalui Kepuasan Pelanggan.....	59



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Tingginya Minat Terhadap Produk Busana Di Indonesia.....	2
Tabel 1. 2 Jumlah <i>Review</i> Toko.....	3
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Terikat.....	27
Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i>	28
Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrument Penelitian	28
Tabel 3. 4 Uji Validitas Kuesioner.....	29
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas Kuesioner.....	30
Tabel 3. 6 Definisi Operasional Variabel Bebas.....	30
Tabel 3. 7 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	31
Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Kuesioner	31
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner	32
Tabel 3. 10 Kriteria Penilaian R^2 Value	38
Tabel 4. 1 Hasil <i>Screening</i> Kuesioner.....	40
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	41
Tabel 4. 3 Kriteria Skor Variabel Penelitian.....	42
Tabel 4. 4 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	43
Tabel 4. 5 Deskripsi Data Citra Merek.....	44
Tabel 4. 6 Deskripsi Data Kepuasan Pelanggan.....	44
Tabel 4. 7 Deskripsi Data Niat Beli Ulang.....	45
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas.....	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Z	49
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Y.....	50
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Z	51
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Y	52
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Antar Variabel	54
Tabel 4. 14 Hasil Uji Sobel	57
Tabel 4. 15 Uji Determinasi	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1. Skor Kuesioner.....	82
Lampiran 2. Instrumen Uji Validitas.....	89
Lampiran 3. Uji Reliabilitas	91
Lampiran 4. Analisis Jalur.....	91
Lampiran 5. Pengaruh R^2	92
Lampiran 6. Uji Sobel.....	92
Lampiran 7. Perhitungan Besar <i>Error</i> Variabel.....	92
Lampiran 8. Dokumentasi Wawancara.....	93
Lampiran 9. Kuesioner Penelitian.....	94

