

**PENGARUH KUALITAS PENGALAMAN MEMEDIASI
BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
REVISIT DENGAN MODERATOR HARGA
(Studi pada Konsumen Sabun Mandi Merek Dettol di Kab.
Bekasi)**

SKRIPSI



Oleh :
REGINA PERMATA KRISTY
112011159

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH KUALITAS PENGALAMAN MEMEDIASI
BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
REVISIT DENGAN MODERATOR HARGA
(Studi pada Konsumen Sabun Mandi Merek Dettol di Kab.
Bekasi)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



Oleh :
REGINA PERMATA KRISTY
112011159

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi :

Nama : Regina Permata Kristy

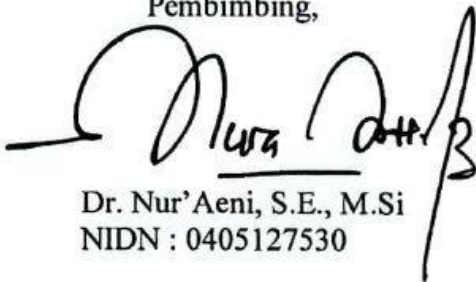
NIM : 112011159

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pengalaman memediasi Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Revisit dengan moderasi Harga (Studi pada konsumen sabun mandi Dettol di Kab. Bekasi)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan yang selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian seminar proposal skripsi pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 10 Juli 2024

Pembimbing,



Dr. Nur'Aeni, S.E., M.Si
NIDN : 0405127530

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PENGALAMAN MEMEDIASI BRAND IMAGE
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP REVISIT DENGAN
MODERATOR HARGA**

(Studi Pada Konsumen Sabun Mandi Merek Dettol Di Kabupaten Bekasi)

Dipersiapkan dan disusun oleh :
Regina Permata Kristy
112011159

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Sabtu, tanggal 27, bulan Juli, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji,
Syahrul Alim.,S.TP,M.M.,D.B.A
NIDN : 0423037003

Tanda Tangan



Anggota Penguji,
Fifi Hanafia.,S.E.,M.M.,D.B.A
NIDN : 0418127703

Tanda Tangan



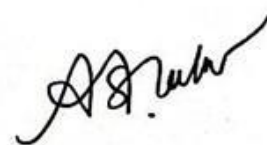
Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Yunita Ramadhani RDS,S.E.,M.Sc
NIDN: 0406068402



Dr. Preatmi Nurastuti,S.E.,M.M
NIDN: 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Regina Permata Kristy

NIM : 112011159

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir/Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Tugas Akhir/Skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Tugas Akhir/Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademi yang saya sedang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 20 Juli 2024



Regina Permata Kristy

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“I always knew this day would come. We’d be standing one by one with our future in our hands. So many dreams, so many plans. I always knew after all these years, there’d be laughter, there’d be tears. But never thought I’d walk away with so many much joy and so much pain. And its so hard to say goodbye”

- Hanna Montana

“... *the scary news is you’re on your own now, but the cool news is YOU’RE ON YOUR OWN NOW.* “

- Taylor Alison Swift

Dengan penuh rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh cinta kasih kepada :

1. Orangtua tersayang Bapak F.S Widodo .M dan Mama Ida Royani yang telah membesarkan, mendidik, memotivasi, selalu memberikan doa dan dukungan yang begitu besar. Tidak lupa untuk kakakku Anggi Firmandani dan Debby Parera dan Adikku tersayang Nathanael Kristantyo yang telah memberikan semangat dan kebahagiaan dalam hidup saya dan keluarga.
2. Pasangan saya Jean-Philippe Van Ingh yang selalu dan senantiasa memberikan begitu banyak support, motivasi dan semangat serta hal-hal positif dalam hidup saya, *je t’aime vraiment mon cheri.*
3. Sahabat kecil penulis Dessy yang selalu ada dan siap memberi kritik, saran, dan dukungan kepada penulis selama ini.
4. Molly, Embul, Suri dan Westen yang selalu menemani disamping penulis selama masa penulisan skripsi.
5. Teman-teman angkatan 2020 kelas MA 20 A6 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terutama “Orange View” yang tidak dapat saya

sebutkan satu persatu atas diskusi, kerjasama, saran, semangat yang diberikan selama masa kuliah.

6. Teman bertukar pikiran, Afrilzal yang tidak lelah membimbing saya dan memberi masukan serta dukungan selama masa penulisan skripsi.
7. Regina, Merci pour ta force inébranlable et ta persévérance à travers tous les hauts et les bas. Chaque défi que tu as affronté, chaque obstacle que tu as surmonté, t'a façonné en la personne résiliente et compatissante que tu es aujourd'hui. Ta dévotion et ton travail acharné n'ont pas été ignorés, et je suis immensément fier de tout ce que tu as accompli. Puisse-tu toujours te souvenir de célébrer tes réussites, peu importe leur taille. Sois fier de ton parcours, car il est unique, rempli de leçons et de croissance qui t'ont rendu plus fort. Continue à croire en toi et en tes rêves, sachant que tu as le pouvoir de les transformer en réalité. Merci d'être toi, de ne jamais abandonner, et de t'efforcer continuellement d'être la meilleure version de toi-même. Ton parcours est remarquable, et le meilleur est encore à venir. Reste plein d'espoir, reste gentil, et surtout, reste fidèle à toi-même.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pengalaman Yang Memediasi Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Revisit Dengan Moderasi Harga (Studi pada Konsumen Sabun Mandi Dettol di Kab. Bekasi)”.

Tidak dapat pungkiri bahwa butuh sebuah usaha yang keras dalam pengerjaan Tugas Proposal Skripsi ini. Namun, tanpa orang-orang tercinta dan berbagai pihak yang dukungan penulis dalam menyelesaikan karya ini. Penulis dalam kesempatan baik ini mengucapkan terimakasih dan penghargaan setinggitingginya kepada yang terhormat :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan agar bisa menyusun skripsi ini dengan lancar.
2. Ibu Dr. Nur` Aeni., SE., M.Si selaku Pembimbing Utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak pegetahuan dan kemudahan, memberikan masukan, serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
3. Ibu Yunita Ramadhani Ratnaningsih RDS, S.E.,M.Sc. dan Bapak Wahid Hasyim., S.E., M.M selaku Ketua dan Sekertaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, eserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat Menulis Tugas Akhir/Skripsi Mahasiswa.
4. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil terhadap penulis.
5. Bapak Hamzah Muhammad M.,SKM.,M.M selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa

6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengerahkan, menasehati serta membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi ini.
7. Orangtua tersayang Bapak F.S Widodo .M dan Mama Ida Royani yang telah membesarkan, mendidik, memotivasi, selalu memberikan doa dan dukungan yang begitu besar. Tidak lupa untuk Kakak dan Adikku tersayang yang telah memberikan semangat dan kebahagiaan dalam keluarga.
8. Pasangan saya Jean-Philippe Van Ingh yang telah memberikan saya motivasi dan semangat serta hal-hal positif dalam hidup saya.
9. Teman-teman angkatan 2020 kelas MA 20 A6 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa khususnya “Orange View” yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas diskusi, kerjasama, saran, semangat yang diberikan.
10. Kebaikan semua pihak lainnya yang telah banyak membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian proposal skripsi ini. Akhir kata semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya atas kebaikan, oleh karena itu saya mengharapkan saran dan kritik yang dapat membantu penulis dalam penelitian yang akan datang. Harapannya penelitian ini dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang terutama pada bidang pemasaran.

Bekasi, 20 Juli 2024
Penulis,

Regina Permata Kristy

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penelitian.....	12
BAB II TUJUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	14
2.1.2 Pengertian Kualitas Produk.....	15
2.1.3 Pengertian Kualitas Pengalaman.....	16
2.1.4 Pengertian Revisit.....	17
2.1.5 Pengertian Harga.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	19
2.3 Hipotesis dan Metode Penelitian.....	24
2.3.1 Pengembangan Hipotesis.....	24
2.3.2 Model Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	33
3.1.1 Jenis Penelitian.....	33
3.1.2 Desain Penelitian.....	34
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	35
3.2.1 Definisi Operasional.....	35
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	39
3.3 Populasi dan Metode Pengumpulan Sampel.....	40
3.4 Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	40
3.4.1 Jenis Data.....	40
3.4.2 Sumber Data.....	41
3.5 Metode Analisis Data.....	41
3.5.1 Analisa Statistik Deskriptif.....	41
3.5.2 Analisa Statistik Inferensial.....	41
3.4.3 Metode Pengumpulan Data.....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.1 Gambaran Umum PT Reckitt Benckiser Indonesia (Dettol).....	49
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Karakteristik Responden Sebagai Gambaran Umum Sabun Mandi Dettol.....	51
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	53
4.2.3 Deskripsi Temuan Hasil Pengolahan Data Penelitian.....	62
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN SKRIPSI	94
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	160

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Celah Penelitian	4
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
Tabel 3. 2 Skala Likert	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Penelitian	51
Tabel 4. 2 Hasil Uji Deskriptif Variabel Brand Image	54
Tabel 4. 3 Hasil Uji Deskriptif Variabel Kualitas Produk	55
Tabel 4. 4 Hasil Uji Deskriptif Variabel Kualitas Pengalaman	57
Tabel 4. 5 Hasil Uji Deskriptif Variabel Revisit.....	59
Tabel 4. 6 Hasil Uji Deskriptif Variabel Harga	60
Tabel 4. 7 Uji Validitas Variabel Brand Image (X1)	63
Tabel 4. 8 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2).....	64
Tabel 4. 9 Uji Validitas Variabel Kualitas Pengalaman (Z')	65
Tabel 4. 10 Uji Validitas Variabel Revisit (Y)	66
Tabel 4. 11 Uji Validitas Variabel Harga (Z)	67
Tabel 4. 12 Cross Loading	69
Tabel 4. 13 Average Variance Extracted (AVE)	70
Tabel 4. 14 Construct Reliability dan Validity	71
Tabel 4. 15 Uji Evaluasi R-Square	72
Tabel 4. 16 Uji Path Coefficient.....	73
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis	75
Tabel 4. 18 Hasil Uji Mediasi	76
Tabel 4. 19 Hasil Uji Moderasi	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	31
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	34
Gambar 4. 1 Varian Sabun Mandi Dettol.....	50
Gambar 4. 2 Uji SEM PLS.....	62
Gambar 4. 3 Hasil Uji Bootstrapping.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Top Brand Index 2019-2022	95
Lampiran 2 :Tabel Perusahaan Sabun Mandi	95
Lampiran 3 : Tabel Analisa 4C Mix Marketing.....	96
Lampiran 4 : Mapping Jurnal.....	105
Lampiran 5 : Lembar Kuesioner	123
Lampiran 6 : Hasil Kuesioner 111 Responden	129
Lampiran 7 : Karakteristik Responden	155
Lampiran 8 : Nilai R Moment.....	156
Lampiran 9 : Hasil Uji Analisa Data.....	157
Lampiran 10 : Hasil Uji Turnitin	160

***THE INFLUENCE OF EXPERIENCE QUALITY MEDIATING BRAND
IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON REVISIT WITH PRICE AS
MODERATOR***

(A Study on Dettol Consumers in Bekasi Regency)

Regina Permata Kristy ⁽¹⁾

Nur'Aeni ⁽²⁾

ABSTRACT

One of the primary needs of society in maintaining daily cleanliness and health is bath soap, especially since the emergence of COVID-19. Society is increasingly aware of the importance of avoiding virus/bacterial transmission and maintaining personal health and that of those around them. One example is Dettol bath soap from the major German company, Reckitt Benckiser Inc. Data shows that Dettol soap has consistently ranked third in the Top Brand Award for five years (2019-2022). This study aims to examine the influence of experience quality mediating brand image and product quality on revisit with price as a moderator. This research uses primary and secondary data, conducted within the geographic boundaries of Bekasi Regency with 111 respondents who are users or consumers who have purchased Dettol bath soap. Population sampling is non-probability sampling and respondent selection is purposive. Data analysis and hypothesis testing in this study utilize SmartPLS software version 3. The results of this study indicate that : 1) The brand image that built by Dettol bath soap does not significantly influence revisit. 2) The product quality offered by Dettol bath soap can encourage revisit. 3) The brand image built by Dettol bath soap does not significantly influence revisit through the role of experience quality. 4) The product quality offered by Dettol bath soap can encourage revisit through experience quality. 5) The perceived experience quality of consumers with Dettol bath soap can encourage revisit. 6) Consumer-perceived experience quality moderates price on Dettol bath soap in relation to revisit.

Keywords : Brand Image, Product Quality, Experience Quality

**PENGARUH KUALITAS PENGALAMAN MEMEDIASI BRAND IMAGE
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP REVISIT DENGAN
MODERATOR HARGA**

(Studi pada Konsumen Sabun Mandi Dettol di Kab. Bekasi)

Regina Permata Kristy ⁽¹⁾

Nur'Aeni ⁽²⁾

ABSTRAK

Salah satu kebutuhan utama masyarakat dalam menjaga kebersihan dan kesehatan sehari-hari yakni sabun mandi, terutama sejak munculnya COVID-19. Masyarakat kini semakin sadar akan pentingnya untuk menghindari penularan virus/bakteri dan menjaga kesehatan diri serta orang-orang di sekitarnya. Salah satu contohnya adalah sabun mandi Dettol dari perusahaan besar asal Jerman, Reckitt Benckiser Inc. Data menunjukkan bahwa sabun mandi merek Dettol selama lima tahun (2019-2022) berhasil menempati urutan ketiga dalam Top Brand Award. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pengalaman memediasi brand image dan kualitas produk terhadap revisit dengan moderator harga. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder, dimana penelitian ini dilakukan dengan Batasan wilayah di Kabupaten Bekasi dengan responden sebanyak 111 yaitu pengguna atau konsumen yang pernah membeli sabun mandi Dettol. Pengambilan populasi ini bersifat non-probability sampling dan Teknik pengambilan respondennya bersifat purposive. Analisa data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan software SmartPLS versi 3.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Brand image yang dibangun oleh sabun mandi Dettol tidak dapat mendorong tingkat revisit. 2) Kualitas produk yang ditawarkan oleh sabun mandi Dettol dapat mendorong tingkat revisit. 3) Brand image yang dibangun oleh sabun mandi Dettol tidak dapat mendorong tingkat revisit melalui peran kualitas pengalaman. 4) Kualitas produk yang ditawarkan oleh sabun mandi Dettol dapat mendorong tingkat revisit melalui kualitas pengalaman. 5) Kualitas pengalaman yang dirasakan konsumen pada sabun mandi Dettol dapat mendorong tingkat revisit. 6) Kualitas pengalaman yang dirasakan konsumen memoderasi harga pada sabun mandi Dettol terhadap tingkat revisit.

Kata Kunci : Brand Image, Kualitas Produk, Kualitas Pengalaman, Revisit, Harga