



**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
PEMBELIAN ULANG (*REPURCHASE INTENTION*) DALAM  
PEMBELIAN EMAS UNTUK INVESTASI DI MASA PANDEMI**

**TESIS**

**DIANDRA ARIANI SYAFITRI 2010121040**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN VETERAN NASIONAL JAKARTA  
2022**



**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
PEMBELIAN ULANG (*REPURCHASE INTENTION*) DALAM  
PEMBELIAN EMAS UNTUK INVESTASI DI MASA PANDEMI**

**TESIS**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Magister Manajemen**

**DIANDRA ARIANI SYAFITRI 2010121040**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN VETERAN NASIONAL JAKARTA  
2022**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Diandra Ariani Syafitri

NIM : 2010121040

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 14 Januari 2022

Yang menyatakan,

A yellow sticky note with a red stamp and a handwritten signature in blue ink. The stamp contains the text 'METER TEMPEL' and 'CFAJX434898835'. The signature is written over the stamp.

(Diandra Ariani Syafitri)

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Diandra Ariani Syafitri  
NIM : 2010121040  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S2 Manajemen  
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas tesis saya yang berjudul :

### **Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pembelian Ulang (*Repurchase Intention*) dalam Pembelian Emas untuk Investasi di Masa Pandemi**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 14 Januari 2022

Yang menyatakan,



(Diandra Ariani Syafitri)

# ***CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS OF REPURCHASE INTENTION IN GOLD PURCHASE FOR INVESTMENT DURING PANDEMIC***

**Oleh**

**Diandra Ariani Syafitri**

## **Abstract**

*This study analyzes consumer satisfaction with repurchasing gold for investment during the pandemic. The purpose of the study was to analyze consumer satisfaction, products, services, and prices for repurchasing in the purchase of gold for investment during the pandemic. This research is quantitative in nature by distributing questionnaires to 110 buyers of gold buying and selling who have purchased gold more than once during the pandemic. This research uses Structural Equation Modeling (SEM) with Partial Least Square (PLS) alternative with Smart-PLS 3.3.3 program. The results of data analysis show that: (1) Consumer Satisfaction has a significant effect on Repurchase Intention (2) Meanwhile, Product, Service, and Price have no significant effect on Repurchase Intention.*

**Keyword:** *Customer Satisfaction, Product, Service, Price, and Repurchase Intention*

# **ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (REPURCHASE INTENTION) DALAM PEMBELIAN EMAS UNTUK INVESTASI DI MASA PANDEMI**

**Oleh**

**Diandra Ariani Syafitri**

## **Abstrak**

Penelitian ini menganalisis perihal rasa puas seseorang dalam melakukan pembelian ulang emas yang dapat digunakan sebagai investasi di masa pandemic. Tujuan penelitian untuk menganalisa rasa puas pembeli, produk, pelayanan, serta harga terhadap pembelian ulang dalam pembelian emas untuk investasi di masa pandemic. Teknik penelitian yang digunakan adalah teknik kuantitatif, dilakukan dengan membagikan sebuah kuisioner kepada 110 pelaku jual beli emas yang sudah melakukan transaksi pembelian emas diatas dari satu kali selama masa pandemic. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan alternatif *Partial Least Square (PLS)* dengan program *Smart-PLS 3.3.3*. Hasil yang didapatkan menunjukkan adanya : (1) Adanya hubungan serta pengaruh yang signifikan kepuasan konsumen atas pembelian ulang (*Repurchase Intention*) (2) Sementara tidak ada keteratikan yang signifikan Produk, Pelayanan, dan Harga atas Pembelian Ulang (*Repurchase Intention*).

**Kata Kunci** : Kepuasan Konsumen, Produk, Pelayanan, Harga, dan Pembelian Ulang

**TESIS**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN  
ULANG (REPURCHASE INTENTION) DALAM PEMBELIAN  
EMAS UNTUK INVESTASI DI MASA PANDEMI**

**Dipersiapkan dan disusun oleh:**

**Diandra Ariani Syaftri 2010121040**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal:  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



**Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc**  
**Ketua Penguji**



**Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM., CFMP**  
**Pembimbing I**



**Dr. Alfatih S. Manggabarani, S.E.M.Si,CMiP**  
**Pembimbing II**



**Dr. Dianwicakasih Arietiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS**  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**Dr. Yudi Nur S, S.Sos.I., MM.CRM, CRP.CMA**  
**Kaprodi Magister Manajemen**

Disahkan di: Jakarta  
Pada tanggal: 14 Januari 2022

## PRAKATA

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan September 2021 sampai dengan bulan Januari 2022 dengan judul “**Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pembelian Ulang (*Repurchase Intention*) dalam Pembelian Emas untuk Investasi di Masa Pandemi**”. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM., CFMP selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dr. Alfatih S. Manggabarani, S.E., M.Si, CMiP selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat.

Di samping itu, ucapan terima kasih kepada Ayah, Mama, dan Adith serta teman-teman dan keluarga besar yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada teman-teman Magister Manajemen UPNVJ khususnya Alvina, Fahmi, dan Haifa yang saling membantu baik secara pengerjaan penelitian dan semangat agar bisa siding dan wisuda bersama di tahun ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih untuk seluruh teman-teman pelaku responden yang telah membantu menjawab pernyataan kuesioner dalam penelitian ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat

Jakarta, 7 Januari 2022

Diandra Ariani Syafitri



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSEJUTUAN PUBLIKASI .....	iv
ABSTRACT .....	v
ABSTRAK .....	vi
PENGESAHAN.....	vii
PRAKATA .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>I.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>I.2 Pembatasan Masalah.....</b>	<b>8</b>
<b>I.3 Rumusan Masalah .....</b>	<b>8</b>
<b>I.4 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>9</b>
<b>I.5 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>9</b>
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
<b>II.1 Landasan Teori .....</b>	<b>10</b>
<b>II.1.1 Manajemen Pemasaran .....</b>	<b>10</b>
<b>II.1.2 Perilaku Konsumen .....</b>	<b>10</b>
<b>II.1.3 Produk.....</b>	<b>13</b>
<b>II.1.4 Dimensi Kualitas Produk .....</b>	<b>13</b>
<b>II.1.5 Pelayanan.....</b>	<b>14</b>
<b>II.1.6 Indikator Pelayanan .....</b>	<b>15</b>
<b>II.1.7 Harga.....</b>	<b>16</b>
<b>II.1.8 Indikator Harga .....</b>	<b>16</b>
<b>II.1.9 Kepuasan Konsumen .....</b>	<b>17</b>
<b>II.1.10 Pengukuran Kepuasan Konsumen.....</b>	<b>19</b>
<b>II.1.11 Indikator Kepuasan Konsumen.....</b>	<b>20</b>
<b>II.1.12 Pembelian Berulang (<i>Repurchase Intention</i>) .....</b>	<b>20</b>
<b>II.1.13 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Berulang (<i>Repurchase Intention</i>) .....</b>	<b>21</b>
<b>II.1.14 Indikator Pembelian Berulang (<i>Repurchase Intention</i>).....</b>	<b>23</b>
<b>II.1.15 Investasi .....</b>	<b>24</b>
<b>II.1.16 Proses Investasi .....</b>	<b>25</b>
<b>II.1.17 Investasi Emas .....</b>	<b>25</b>
<b>II.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>26</b>
<b>II.3 Model Penelitian Empirik .....</b>	<b>29</b>
<b>II.4 Hipotesis.....</b>	<b>30</b>

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
<b>III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....</b>	<b>32</b>
<b>III.2 Metode Populasi dan Sampel .....</b>	<b>34</b>
<b>III.2.1 Populasi.....</b>	<b>34</b>
<b>III.2.2 Sampel.....</b>	<b>34</b>
<b>III.3 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>35</b>
<b>III.3.1 Jenis Data.....</b>	<b>35</b>
<b>III.3.2 Sumber Data.....</b>	<b>35</b>
<b>III.3.3 Pengumpulan Data.....</b>	<b>36</b>
<b>III.4 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>37</b>
<b>III.4.1 Analisis Deskriptif.....</b>	<b>37</b>
<b>III.4.2 Analisis Inferensial.....</b>	<b>37</b>
<b>III.4.3 Pengujian Hipotesis (<i>Resampling Bootstraping</i>).....</b>	<b>44</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
<b>IV.1 Deskripsi Objek Penelitian.....</b>	<b>46</b>
<b>IV.2 Deskripsi Data Penelitian .....</b>	<b>47</b>
<b>IV.2.1 Deskripsi mengenai Data Responden.....</b>	<b>48</b>
<b>IV.2.2 Analisis Data Deskripsi.....</b>	<b>51</b>
<b>IV.3 Analisis Data Inferensial dan Pengujian Hipotesis.....</b>	<b>55</b>
<b>IV.3.1 Uji Validitas .....</b>	<b>55</b>
<b>IV.3.1.1 Model Indikator Formatif.....</b>	<b>55</b>
<b>IV.3.2 Uji Realiabilitas.....</b>	<b>57</b>
<b>IV.3.2.1 Model Indikator Formatif.....</b>	<b>57</b>
<b>IV.3.3 Uji Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>).....</b>	<b>59</b>
<b>IV.3.4 Pengujian Hipotesis .....</b>	<b>60</b>
<b>IV.4 Pembahasan.....</b>	<b>62</b>
<b>IV.4.1 Pengaruh kepuasan konsumen terhadap pembelian ulang (<i>Repurchase Intention</i>) .....</b>	<b>62</b>
<b>IV.4.2 Pengaruh produk terhadap pembelian ulang (<i>Repurchase Intention</i>).....</b>	<b>63</b>
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>65</b>
<b>V.1 Simpulan .....</b>	<b>65</b>
<b>V.2 Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>65</b>
<b>V.3 Saran .....</b>	<b>66</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Operasionalisasi Pengukuran Variabel .....	33
Tabel 2. Skala likert .....	37
Tabel 3. Tingkat reliabilitas berdasarkan nilai alpha .....	43
Tabel 4. Nilai Outer Loading (X1).....	51
Tabel 5. Nilai Outer Loading (X2).....	52
Tabel 6. Nilai Outer Loading (X3).....	53
Tabel 7. Nilai Outer Loading (X4).....	54
Tabel 8. Nilai Outer Loading (Y).....	55
Tabel 9. <i>Cross Loading</i> .....	56
Tabel 10. <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i> .....	56
Tabel 11. Rata-rata <i>Outer Weight</i> (X1).....	57
Tabel 12. Rata-rata <i>Outer Weight</i> (X2).....	58
Tabel 13. Rata-rata <i>Outer Weight</i> (X3).....	58
Tabel 14. Rata-rata <i>Outer Weight</i> (X4).....	59
Tabel 15. Rata-rata <i>Outer Weight</i> (Y).....	59
Tabel 16. Nilai <i>R Square</i> .....	60
Tabel 17. Nilai Uji t-Statistik.....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pembelian Emas Sebelum masa Pandemi Periode Oktober 2019 – Maret 2020 .....	4
Gambar 2. Pembelian Emas saat Pandemi Periode Maret 2020 – November 2021 .....	5
Gambar 3. Kerangka Berfikir .....	30
Gambar 4. Langkah-langkah PLS .....	38
Gambar 5. Inner Model .....	39
Gambar 6. Outer Model.....	40
Gambar 7. Diagram Jalur .....	41
Gambar 8. Jenis Emas .....	46
Gambar 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Gambar 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	49
Gambar 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Akhir.....	50
Gambar 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	50

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2. Data Responden

Lampiran 3. Tabulasi

Lampiran 4. Hasil Output Outer Model

Lampiran 5. Hasil Olah Data PLS (Partial Least Square) Formatif

Lampiran 6. Hasil Uji Statistik