



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG
SMARTPHONE DIMEDIASI KEPUASAN
PELANGGAN**

TESIS

PRIHANTINI 2210121043

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

2024



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG
SMARTPHONE DIMEDIASI KEPUASAN
PELANGGAN**

TESIS

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

PRIHANTINI 2210121043

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Prihantini

NIM : 2210121043

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

Jakarta, 15 Juli 2024
Yang Menyatakan

The image shows a blue ink signature over a red official stamp. The stamp is circular and contains the Garuda Pancasila emblem, the text 'REPUBLIC OF INDONESIA', and 'METRAL TEMPEL'. Below the stamp is the identification number '1E4ALX283494892'.

METRAL
TEMPEL
1E4ALX283494892

Prihantini

**PERNYA TAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Prihantini
NIM : 2210121043
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Magister 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 keputusan pembelian ulang *smartphone* dimediasi kepuasan pelanggan

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengasah media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasi 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 : 15 Juli 2024

Yang Menyatakan,



Prihantini

TESIS

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG *SMARTPHONE*
DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN

Dipersiapkan dan disusun oleh

Prihantini 2210121043

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 15 Juli 2024 dan
dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP
Ketua Penguji

Dr. Iwan Kresna Setiadi, S.E., M.M
Penguji I

Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., M.BA., CWM
Penguji II (Pembimbing II)

Dr. Jubaedah, SE,MM
Dekan

Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I., MM
Ketua Jurusan Manajemen

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 15 Juli 2024

Analysis of Smartphone Repurchase Decisions mediated by Customer Satisfaction

By Prihantini

ABSTRACT

This research analyzes smartphone repurchase decisions in the Jabodetabek area. The aim of this research is to determine, analyze and prove whether lifestyle, brand preference and brand awareness affects smartphone repurchases, and to examine the effect of lifestyle, brand preference and brand awareness on smartphone repurchases mediated by customer satisfaction. This research is quantitative by distributing questionnaires to 215 smartphone user customers in the Jabodetabek area using the Structural Equation Modeling (SEM) method with the Partial Least Square (PLS) alternative with the Smart-PLS 4.0 program. The results of data analysis show that: (1). Lifestyle has a significant effect on smartphone repurchase decisions, (2) Lifestyle has a significant effect on smartphone repurchase decisions mediated by customer satisfaction, (3) Brand Preference has no significant effect on smartphone repurchase decisions, (4) Brand preference has a significant effect on smartphone repurchase decisions mediated by customer satisfaction, (5) Brand Awareness has a significant effect on smartphone repurchase decisions, (6) Brand Awareness has a significant effect on smartphone repurchase decisions mediated by customer satisfaction.

Keywords: Lifestyle, Brand Preference, Brand Awareness, Repurchase Decisions, and Customer Satisfaction.

Analisis Keputusan Pembelian Ulang Smartphone dimediasi Kepuasan Pelanggan

Oleh Prihantini

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis keputusan pembelian ulang *smartphone* di wilayah Jabodetabek. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan apakah *lifestyle*, *brand preference* dan *brand awareness* berpengaruh terhadap pembelian ulang *smartphone*, serta untuk menguji pengaruh *lifestyle*, *brand preference* dan *brand awareness* berpengaruh terhadap pembelian ulang *smartphone* dimediasi kepuasan pelanggan. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 215 pelanggan pengguna *smartphone* di wilayah Jabodetabek dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan alternatif *Partial Least Square (PLS)* dengan program *Smart-PLS 4.0*. Hasil analisis data menunjukkan bahwa : (1). *Lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang *smartphone*, (2) *Lifestyle* berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian ulang *smartphone* dimediasi kepuasan pelanggan, (3) *Brand Preference* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang *smartphone*, (4) *Brand preference* berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian ulang *smartphone* dimediasi kepuasan pelanggan, (5) *Brand Awareness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang *smartphone*, (6) *Brand Awareness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang *smartphone* dimediasi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : *Lifestyle*, *Brand Preference*, *Brand Awareness*, Keputusan Pembelian Ulang, dan Kepuasan Pelanggan.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TESIS SEMESTER GENAP TA. 2023/2024

Hari ini Senin , tanggal 15 Juli 2024, telah dilaksanakan **Ujian Tesis** bagi mahasiswa :

Nama : Prihantini

No.Pokok Mahasiswa : 2210121043

Program : Manajemen S.2

Dengan judul Tesis sebagai berikut :

Analisis keputusan pembelian ulang smartphone dimediasi kepuasan pelanggan
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP	Ketua	1.
2	Dr. Iwan Kresna Setiadi, S.E., M.M.	Anggota I	2.
3	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 15 Juli 2024

Mengetesahkan
A.n. DEKAN
Kaprod. Manajemen S.2

Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I,
M.M.

PRAKATA

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian ini dengan judul “analisis keputusan pembelian ulang *smartphone* dimediasi kepuasan pelanggan” dengan sebaik – baiknya. penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta, Ibu Dr. Alfatih S. Manggabarani, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah senantiasa memberikan bimbingan, masukan, dukungan, dan arahan bagi penulis selama penulisan usulan penelitian ini, dan Ibu Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., M.BA., CWM selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan dan saran yang sangat bermanfaat untuk penulis.

Selain itu, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada Bapak, Mama, Suami, Kaka, adik – adik, keponakan – keponakanku, dan anaku tercinta Asylla Ruby Xaviera yang selalu memberikan semangat dan selalu mendoakan disetiap waktu. Serta tidak lupa penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh teman – teman Magister Manajemen UPNVJ Angkatan 2022 khususnya teman – teman kelas B dan teman – teman konsentrasi Manajemen Marketing yang saling menyemangati dan saling membantu selama penulis mengerjakan penelitian ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada teman – teman tim kerja perencanaan dan pelaporan Sekretariat Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika yang telah memberikan support dan semangatnya dalam menyelesaikan penelitian ini. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 15 Juli 2024

Prihantini

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYA TAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS	iv
PENGESAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN TESIS	ix
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	15
BAB II	17
TELAAH PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.2 Perilaku Konsumen	18
2.1.3 Keputusan Pembelian Ulang	20
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	23
2.1.5 <i>Lifestyle</i>	26
2.1.6 <i>Brand preference</i>	28
2.1.7 <i>Brand Management</i>	30

2.2 Penelitian yang Relevan.....	38
2.3 Model Penelitian Empirik	51
2.3.1 <i>Lifestyle</i> dan Keputusan Pembelian Ulang <i>Smartphone</i>	52
2.3.2 <i>Lifestyle</i> dan Keputusan Pembelian Ulang <i>Smartphone</i> dimediasi Kepuasan Pelanggan.....	52
2.3.3 <i>Brand preference</i> dan Keputusan pembelian ulang <i>Smartphone</i>	52
2.3.4 <i>Brand preference</i> dan Keputusan Pembelian Ulang <i>Smartphone</i> dimediasi kepuasan pelanggan	53
2.3.5 <i>Brand awareness</i> dan Keputusan Pembelian Ulang <i>Smartphone</i>	53
2.3.6 <i>Brand awareness</i> dan Keputusan Pembelian ulang <i>Smartphone</i> dimediasi kepuasan pelanggan	53
BAB III.....	55
METODOLOGI PENELITIAN.....	55
3.1 Pengertian Operasional dan Pengukuran Variabel.....	55
3.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel	58
3.2.1 Populasi.....	58
3.2.2 Sampel.....	58
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.3.1 Jenis Data	59
3.3.2 Sumber Data.....	59
3.3.3 Pengumpulan Data	60
3.4 Teknik Analisis Data.....	63
3.4.1 Analisis Deskriptif	63
3.4.2 Analisis Inferensial	64
3.5 Uji Mediasi <i>Variance Accounted For</i> (VAF).....	71
BAB IV	73
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	73
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	73
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	74
4.2.1 Deskripsi Data Responden	74
4.3 Analisis Hasil Dan Uji Hipotesis	77
4.3.1 Analisis Deskriptif	77

4.3.1.1 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Ulang.....	79
4.3.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	80
4.3.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Lifestyle	81
4.3.1.4 Analisis Deskriptif Variabel Brand Preference.....	82
4.3.1.5 Analisis Deskriptif Variabel Brand Awareness	83
4.3.2 Analisis Inferensial.....	84
4.3.2.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	84
4.3.2.2 Uji Validitas	86
4.3.2.3 Uji Signifikansi Indikator (<i>Convergent Validity</i>).....	87
4.3.2.4 Uji Validitas Diskriminan	90
4.3.2.5 Uji Reliabilitas	92
4.3.2.6 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	94
4.3.3 Uji Mediasi.....	97
4.4 Uji Hipotesis	98
4.5 Pembahasan.....	101
5.5.1 Pengaruh <i>lifestyle</i> terhadap keputusan pembelian ulang.....	101
5.5.2 Pengaruh <i>lifestyle</i> terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan	102
5.5.3 Pengaruh <i>Brand Preference</i> terhadap keputusan pembelian ulang.....	103
5.5.4 Pengaruh <i>brand preference</i> terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan	104
5.5.5 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap keputusan pembelian ulang.....	105
5.5.6 Pengaruh <i>brand awareness</i> terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan	106
BAB V.....	108
PENUTUP.....	108
5.1 Simpulan	108
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	109
5.3 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	112
KUESIONER PENELITIAN.....	122
RIWAYAT HIDUP	126

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar 5 besar vendor HP di Indonesia	6
Tabel 2. Jenis Penelitian Terkait	46
Tabel 3. Operasionalisasi Pengukuran Variabel	57
Tabel 4. Skala Likert	60
Tabel 5. Kisi Kisi Instrumen	61
Tabel 6. Interval Kelas	63
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas berdasarkan nilai alpha	69
Tabel 8. Hasil perhitungan responden menurut usia	74
Tabel 9. Hasil perhitungan responden menurut jumlah pembelian produk	75
Tabel 10. Hasil perhitungan responden menurut domisili pelanggan	76
Tabel 11. Interval Kelas	78
Tabel 12. Analisis deskriptif keputusan pembelian ulang	79
Tabel 13. Analisis deskriptif kepuasan pelanggan	80
Tabel 14. Analisis deskriptif lifestyle	81
Tabel 15. Analisis deskriptif brand preference	82
Tabel 16. Analisis deskriptif brand awareness	83
Tabel 17. Convergent Validity	87
Tabel 18. Average Variance Extracted (AVE)	90
Tabel 19. Cross Loading	90
Tabel 20. Composite Reliability	92
Tabel 21. Cronbach Alpha	93
Tabel 22. R Square	94
Tabel 23. Nilai SRMR, d ULS, d G	96
Tabel 24. Hasil Uji Variance Accounted For (VAF)	97
Tabel 25. Uji T	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah pengguna Internet di Indonesia (Tahun 2017 – 2024)	2
Gambar 2. <i>Highlight</i> perilaku pengguna internet di Indonesia	3
Gambar 3. Survei Internet Indonesia 2023	4
Gambar 4. Usia pengguna Internet di Indonesia	8
Gambar 5. Mahasiswa terjerat pinjol demi beli Hp hingga motor	10
Gambar 6. Piramida kesadaran merek	35
Gambar 7. Model Pemikiran Penelitian	54
Gambar 8. Langkah-Langkah PLS	61
Gambar 9. Inner Model Penelitian	65
Gambar 10. Outer Model Penelitian	66
Gambar 11. Diagram Jalur Penelitian	67
Gambar 12. Outer model awal.....	85
Gambar 12. Outer model Boostraping.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	115
-----------------------------	-----