



**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION DIMEDIASI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA KEDAI KOPI JANJI JIWA**

SKRIPSI

FLORENTINE RACHEL ZIPORA 2210111070

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

2025



**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION DIMEDIASI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA KEDAI KOPI JANJI JIWA**

SKRIPSI

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

FLORENTINE RACHEL ZIPORA 2210111070

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Florentine Rachel Zipora

NIM. : 2210111070

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

Jakarta, 6 Oktober 2025
Yang menyatakan,



(Florentine Rachel Zipora)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Florentine Rachel Zipora
NIM : 2210111070
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

Pengaruh Brand Image dan Service Quality terhadap Repurchase Intention Dimediasi Customer Satisfaction pada Kedai Kopi Janji Jiwa

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 Skripsi 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 : 16 Desember 2025
Yang menyatakan



(Florentine Rachel Zipora)

PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DIMEDIASI *CUSTOMER* *SATISFACTION* PADA KEDAI KOPI JANJI Jiwa

Dipersiapkan dan disusun oleh :

FLORENTINE RACHEL ZIPORA 2210111070

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 16 Desember 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

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

Princhita Nabila Maram Pahlawan, S.M., M.Sc.
Penguji I



Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Dekan

Dr. Guntur Syahputra Saragih, M.S.M.
Penguji II

Siti Hidayati, S.E., M.M.
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 16 Desember 2025

***The Effect of Brand Image and Service Quality on Repurchase Intention
Mediated by Customer Satisfaction at Janji Jiwa Coffee Shop***

by Florentine Rachel Zipora

Abstract

The purpose of this quantitative research is to identify, analyze, and verify the direct and indirect influence of brand image and service quality on repurchase intention, mediated by customer satisfaction. This study involves 135 respondents who are Janji Jiwa customers aged at least 17 years, active in the Jabodetabek area, and have visited the same Janji Jiwa coffee shop at least twice, as primary data, analyzed using SmartPLS 4.0 software. The data collection in this study used a purposive sampling technique and applied descriptive and inferential analytical approaches. The results of this study indicate that (1) Brand Image has a significant positive effect on Repurchase Intention, (2) Service Quality has a significant positive effect on Repurchase Intention, (3) Customer Satisfaction has a significant positive effect on Repurchase Intention, (4) Customer Satisfaction significantly and positively mediates the relationship between Brand Image and Repurchase Intention, and (5) Customer Satisfaction significantly and positively mediates the relationship between Service Quality and Repurchase Intention.

Keywords: *Brand Image, Service Quality, Customer Satisfaction, Repurchase Intention*

**Pengaruh *Brand Image* dan *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention*
Dimediasi *Customer Satisfaction* pada Kedai Kopi Janji Jiwa**

Oleh Florentine Rachel Zipora

Abstrak

Tujuan penelitian kuantitatif ini dilakukan guna mengetahui, menganalisis, hingga membuktikan pengaruh *brand image* dan *service quality* secara langsung maupun tidak langsung terhadap *repurchase intention* yang dimediasi *customer satisfaction*. Penelitian ini menggunakan 135 responden dari pelanggan Janji Jiwa yang beraktivitas di wilayah Jabodetabek berusia minimal 17 tahun yang pernah mengunjungi kedai kopi Janji Jiwa yang sama minimal dua kali sebagai data primer dengan menggunakan *software* SmartPLS 4.0. Pengambilan data penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* serta menerapkan pendekatan analisis deskriptif dan inferensial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Brand Image* berpengaruh positif signifikan terhadap *Repurchase Intention*, (2) *Service Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *Repurchase Intention*, (3) *Customer Satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *Repurchase Intention*, (4) *Customer Satisfaction* positif signifikan memediasi hubungan *Brand Image* terhadap *Repurchase Intention*, (5) *Customer Satisfaction* positif signifikan memediasi hubungan *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention*.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Niat Pembelian Ulang



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR
SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Selasa, tanggal 16 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Florentine Rachel Zipora
NIM : 2210111070
Program Studi : Manajemen S1
Judul Tugas Akhir :

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP
REPURCHASE INTENTION DIMEDIASI CUSTOMER SATISFACTION PADA
KEDAI KOPI JANJI JIWA**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus / Sidang Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata
dan Nilai Huruf

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM, CFMP	Ketua	
2	Princhita Nabila Maram Pahlawan, S.M., M.Sc.	Anggota I	
3	Dr. Guntur Saragih, M.S.M	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100 = A
80 - 84.99 = A-
75 - 79.99 = B+
70 - 74.99 = B
65 - 69.99 = B-
60 - 64.99 = C+
55 - 59.99 = C
40 - 54.99 = D
0 - 39.99 = E

Jakarta, 16 Desember 2025

Mengesahkan
a.n. DEKAN
Koordinator Prodi Manajemen S1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Brand Image* dan *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* Dimediasi *Customer Satisfaction* Pada Kedai Kopi Janji Jiwa**”. Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan serta dukungan selama proses penyusunan skripsi ini, yaitu Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta; Ibu Dewi Cahyani Pangestuti, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta; Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta; Bapak Dr. Guntur Syahputra Saragih, S.E., M.S.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini; Ibu Hani Novanti, S.Pi., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.

Penulis juga berterima kasih besar kepada yang tersayang Ayah, Ibu, dan Saudara laki-laki penulis yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan motivasi tanpa putus kepada penulis. Kepada Cuwi-cuwi (Amor, Aya, Oca, Chika, Padia, Chawi, Jije, Yolu, Adeng, dan Rizkey) dan teman-teman lainnya yang telah menemani serta memberi semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini dengan memberikan dukungan serta masukan yang berarti.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki sejumlah keterbatasan. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran untuk meningkatkan kualitas skripsi ini. Penulis juga berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, 5 Desember 2025

Florentine Rachel Zipora

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
PENGESAHAN	v
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak	vii
BERITA ACARA UJIAN	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Hasil Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1. Manajemen Pemasaran	13
2.1.2. Perilaku Konsumen	14
2.1.3. <i>Repurchase Intention</i>	16
2.1.4. <i>Brand Image</i>	19
2.1.5. <i>Service Quality</i>	21
2.1.6. <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya	25
2.3. Model Penelitian	37
2.3.1. Kerangka Pemikiran	37
2.3.2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	37
2.3.3. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	38
2.3.4. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	38
2.3.5. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> dalam memediasi <i>Brand Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	38
2.3.6. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> dalam memediasi <i>Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	39
2.4. Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	40
3.1.1. Definisi Operasional	40

3.1.2.	Pengukuran Variabel	41
3.2.	Penentuan Populasi dan Sampel	41
3.2.1.	Populasi	42
3.2.2.	Sampel	42
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	43
3.3.1.	Jenis Data	43
3.3.2.	Sumber Data	43
3.3.3.	Pengumpulan Data	43
3.4.	Teknik Analisis Data	45
3.4.1.	<i>Pre-Test</i>	45
3.4.2.	Analisis Data Deskriptif	45
3.4.3.	Teknik Analisis Data Inferensial	47
3.4.4.	Pengujian Hipotesis (<i>Resampling Bootstrapping</i>)	51
3.4.5.	Uji Mediasi (<i>Indirect Effect</i>)	53
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1.	Deskripsi Obyek Penelitian	55
4.2.	<i>Pre-test</i>	56
4.2.1.	Hasil <i>Content Validity</i>	56
4.2.2.	Hasil Uji <i>Construct Validity</i>	56
4.3.	Deskripsi Data Penelitian	57
4.3.1.	Deskripsi Data Responden	58
4.3.2.	Analisis Data Deskriptif	59
4.4.	Analisis Data Inferensial	67
4.4.1.	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	67
4.4.2.	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	72
4.4.3.	Uji Hipotesis	74
4.5.	Pembahasan	79
4.5.1.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	79
4.5.2.	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	81
4.5.3.	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	83
4.5.4.	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> dalam memediasi <i>Brand Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	85
4.5.5.	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> dalam memediasi <i>Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	87
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1.	Simpulan	89
5.2.	Keterbatasan Penelitian	90
5.3.	Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	93
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Komparasi Brand Kedai Kopi	5
Tabel 2.	Matrix Penelitian Terdahulu Terkait <i>Repurchase Intention</i>	33
Tabel 3.	Pengukuran Variabel	41
Tabel 4.	Instrumen Skala Likert	44
Tabel 5.	Kisi-kisi Instrumen Penelitian	44
Tabel 6.	<i>Three Box Method</i>	46
Tabel 7.	Interpretasi Nilai <i>R-Square</i>	51
Tabel 8.	Interpretasi Nilai <i>Q-Square</i>	51
Tabel 9.	Hasil <i>Content Validity</i>	56
Tabel 10.	Hasil <i>Construct Validity</i>	57
Tabel 11.	Karakteristik Responden.....	58
Tabel 12.	Hasil Analisis Deskriptif <i>Repurchase Intention</i>	60
Tabel 13.	Hasil Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i>	61
Tabel 14.	Hasil Analisis Deskriptif <i>Service Quality</i>	63
Tabel 15.	Hasil Analisis Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	65
Tabel 16.	Hasil Nilai <i>Output Outer Loading Factor</i>	68
Tabel 17.	Hasil Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	69
Tabel 18.	Hasil Nilai <i>Cross Loading</i>	70
Tabel 19.	Hasil Nilai <i>Heterotrait-monotrait (HTMT)</i>	71
Tabel 20.	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	72
Tabel 21.	Hasil Uji <i>R-Square</i>	73
Tabel 22.	Hasil uji <i>Q-Square</i>	74
Tabel 23.	Hasil Nilai Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>).....	75
Tabel 24.	Uji Korelasi Tiap Indikator.....	76
Tabel 25.	Hasil Perhitungan VAF	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	7 Kopi Modern dengan Gerai (Kedai Kopi) Terbanyak di ASEAN	1
Gambar 2.	Preferensi Cara Konsumsi Kopi	2
Gambar 3.	Pertimbangan Pemilihan Kedai Kopi	3
Gambar 4.	Kedai Kopi Lokal Favorit Orang Indonesia	4
Gambar 5.	Model Penelitian.....	37
Gambar 6.	Langkah-langkah PLS	47
Gambar 7.	<i>Inner Model</i>	48
Gambar 8.	<i>Outer Model</i>	48
Gambar 9.	Koefisien Jalur.....	49
Gambar 10.	Prosedur Analisis Mediasi	54
Gambar 11.	Logo Janji Jiwa.....	55
Gambar 12.	Grafik Analisis Deskriptif <i>Repurchase Intention</i>	60
Gambar 13.	Grafik Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i>	62
Gambar 14.	Grafik Analisis Deskriptif <i>Service Quality</i>	64
Gambar 15.	Grafik Analisis Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	66
Gambar 16.	Hasil <i>Outer Model</i>	67
Gambar 17.	Hasil <i>Inner Model</i>	73

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Kuesioner 135 Responden
- Lampiran 3. Deskripsi Data Responden
- Lampiran 4. Analisis Data Deskriptif
- Lampiran 5. *Output Outer Model* SmartPLS 4.0
- Lampiran 6. *Output Inner Model* SmartPLS 4.0
- Lampiran 7. *Output Analisis Data* SmartPLS 4.0
- Lampiran 8. Lembar Persetujuan Judul