

**PENGARUH *TREND FASHION*, HARGA PSIKOLOGI,
DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* YANG DIMEDIASI
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT
BELI ULANG PAKAIAN WANITA PADA
BUTIK RISQI KEMBUR-BORONG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH :

FRANSISKA APRILIA JESANDRA DENSI
NIM : 32120069

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *TREND FASHION*, HARGA PSIKOLOGI,
DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* YANG DIMEDIASI
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT
BELI ULANG PAKAIAN WANITA PADA
BUTIK RISQI KEMBUR-BORONG**

Yang Diajukan Oleh:

Nama : Fransiska Aprilia Jesandra Densi

NIM : 32120069

Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Skripsi Ini Telah Disetujui Oleh Tim Pembimbing Fakultas Ekonomika dan
Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.


Pembimbing I


Dr. Ec. Gaudensius Djuang, MM

Pembimbing II


Apryanus Fallo, SE, MM
NIDN: 15 050493 01

Ketuan Program Studi Manajemen


Hedwigh H. T. Lejap, SE, MM
NIDN: 15 161093 01

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : Kamis, 20 Juni 2024
Jam : 14.00 – 16.00 WITA
Tempat : *Conference Room*
Atas Nama : Fransiska Aprilia Jesandra Densi
NIM : 32120069
Dinyatakan : **LULUS**

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

1. Ketua : Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM (.....)
2. Sekretaris : Apryanus Fallo, SE, MM (.....)
3. Penguji I : Maria A. L. Amaral SE,MM (.....)
4. Penguji II : Serlfiana Goetha, SE, MM (.....)
5. Penguji III : Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM (.....)

MENGETAHUI

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Ketua Program Studi
Manajemen



PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Fransiska Aprilia Jesandra Densi

No Registrasi : 321120069

Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomika dan Bisnis/ Program Studi Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

PENGARUH *TREND FASHION*, HARGA PSIKOLOGI, DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* YANG DIMEDIASI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG PAKAIAN WANITA PADA BUTIK RISQI KEMBUR-BORONG

Adalah benar – benar karya saya sendiri dan apabila dikemudia hari ditemukan unsur-unsur plagiarisme, maka saya bersedia diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kupang, Agustus 2024



Fransiska Aprilia Jesandra Densi

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“ Terkadang, Kesulitan harus kamu rasakan terlebih dahulu sebelum kebahagiaan yang sempurna datang kepadamu”

-R.A. Kartini

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Orang tua tercinta Bapak Fransiskus Densi, dan Mama Helena Elvisanti Nong yang selalu mendoakan untuk kebaikan anak-anaknya. Selalu memberikan cinta, kasih sayang, dukungan dan motivasi. Menjadi suatu kebanggaan memiliki orang tua yang mendukung anaknya dalam mencapai cita-cita dan Juga Adik-adik tercinta Adik Celsi, Adik Della dan Adik Viola yang tidak pernah bosan mendukung dan memberi motivasi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat, rahmat dan kebaikan-Nya skripsi dengan judul **“Pengaruh *Trend Fashion*, *Harga Psikologi*, dan *Customer Experience* yang Dimediasi Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pakaian Wanita Pada Butik Risqi Kembur-Borong”**, dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Strata Satu, pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Selesainya skripsi ini adalah berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari semua pihak, berupa materil, spiritual, maupun informasi. Oleh karena itu, pada kesempatan ini diucapkan limpah terima kasih kepada :

1. Pater Dr. Philipus Tulle, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk dapat mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Ibu Dr. M.E Perseveranda, SE, M.Si selaku Dekan, Br. Salomon Leki, SVD, SE, M.Ec.Dev dan Ibu Rere Paulina Bibiana, SE., M.Si selaku Wakil Dekan I dan II Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Bapak Hedwigh H. T. Lejap, SE.,MM selaku Ketua Program Studi

Manajemen dan Ibu Selfiana Goetha, SE.,MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widaya Mandira Kupang yang telah memberikan motivasi dan masukan yang sangat membantu selama masa perkuliahan sampai pada akhir penulisan skripsi ini.

4. Bapak Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Bapak Apryanus Fallo, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Ibu Maria A. Lopes Amaral, SE, MM selaku Dosen Penguji I dan dan Ibu Selfiana Goetha, SE., MM selaku Dosen Penguji II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan ujian, saran perbaikan, dan masukan berharga, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Seluruh Dosen Pengajar pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta bimbingan selama perkuliahan.
8. Ibu Getrudis Kase, A.Md selaku Kepala Tata Usaha dan seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan bantuan dalam segala urusan administrasi selama perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini.
9. Butik Risqi Kembur-Borong yang telah mengizinkan untuk dilakukan

penelitian, penyediaan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini.

10. Bapak Fransiskus Densi dan Ibu Helena Elvisanti Nong sebagai kedua orang tua kandung yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik dan selalu mendoakan untuk kebaikan anak-anaknya, memberikan cinta, kasih sayang, dukungan serta motivasi.
11. Saudara/saudari tercinta Adik Celsi, Adik Della, Adik Viola dan Nara Erwin Jalo yang selalu setia memberikan cinta, kasih sayang, dukungan, doa dan motivasi.
12. Teman-teman mahasiswa/mahasiswi seangkatan 2020 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, khususnya Martha Yusi, Yetrin Narang, Andri Jogo, Indriyani dan Sindi Njiung, yang telah membantu dan memberi dukungannya dengan caranya sendiri, baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses perkuliahan, terutama dalam penyelesaian skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan kemampuan dan waktu yang dimiliki. Untuk itu, diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, untuk penyempurnaan karya ilmiah di waktu yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Kupang, Agustus 2024

Penulis

ABSTRAK

Fransiska Aprilia Jesandra Densi (32120069), dengan judul penelitian “Pengaruh *Trend Fashion*, Harga Psikologi, Dan *Customer Experience* Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pakaian Wanita Pada Butik Risqi Kembur-Borong” di bawah bimbingan Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Pembimbing I dan Bapak Apryanus Fallo SE, MM selaku Pembimbing II.

Saat ini terdapat banyak Butik yang didirikan di Kota Borong, salah satunya adalah Butik Risqi yang menjual pakaian wanita dan aksesoris. Perkembangan data penjualan di Butik Risqi dari tahun 2018-2023 mengalami fluktuasi. Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui persepsi konsumen tentang *Trend Fashion*, Harga Psikologi, *Customer Experience*, Kepuasan konsumen, dan Minat Beli Ulang Pakaian Wanita Pada Butik Risqi Kembur-Borong. (2) Untuk mengetahui signifikansi Pengaruh *Trend Fashion*, Harga Psikologi, dan *Customer Experience* secara parsial terhadap Kepuasan konsumen Pakaian wanita pada Butik Risqi Kembur-Borong (3) Untuk mengetahui signifikansi Pengaruh *Trend Fashion*, Harga Psikologi, dan *Customer Experience*, secara parsial terhadap Minat Beli Ulang Pakaian wanita pada Butik Risqi Kembur-Borong. (4) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh Kepuasan konsumen terhadap Minat Beli Ulang pakaian wanita pada Butik Risqi Kembur-Borong. (5) Untuk mengetahui Kepuasan konsumen dapat memediasi pengaruh *Trend Fashion*, Harga Psikologi, dan *Customer Experience* terhadap Minat Beli Ulang pakaian wanita pada Butik Risqi Kembur-Borong.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Borong yang telah atau pernah melakukan pembelian ulang terhadap produk pakaian wanita pada Butik Risqi Kembur-Borong, yang jumlahnya belum diketahui secara pasti. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 105 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menurut sumbernya yaitu data primer dan data sekunder, sedangkan menurut sifatnya meliputi data kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial (*SmartPLS*).

Hasil analisis deskriptif variabel *Trend Fashion*, Harga Psikologi, dan *Customer Experience* termasuk dalam kategori baik, sedangkan variabel Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang termasuk dalam kategori sangat baik. Hasil analisis statistik inferensial (PLS) menunjukkan bahwa (1) *Trend Fashion* dan *Customer Experience* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, sedangkan Harga Psikologi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. (2) *Trend Fashion* dan Harga Psikologi secara parsial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Minat Beli Ulang, sedangkan *Customer Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang (3) variabel Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang (4) Kepuasan Konsumen tidak memediasi *Trend Fashion* dan Harga Psikologi terhadap Minat Beli Ulang, sedangkan Kepuasan Konsumen mampu memediasi *Customer Experience* terhadap Minat Beli Ulang. Nilai koefisien determinasi (R^2) variabel Kepuasan Konsumen sebesar 77,1% dan Minat Beli Ulang sebesar 71,1%, sisanya sebesar 22,9% dan 28,9% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis tersebut disarankan pada Butik Risqi untuk menciptakan desain dan produk yang beragam, menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk dan memberikan pengalaman yang baik kepada konsumen.

Kata Kunci: *Trend fashion*, Harga Psikologi, *Customer Experience*, Kepuasan konsumen, Minat Beli Ulang.

ABSTRACT

Fransiska Aprilia Jesandra Densi (32120069), with the research title "The Influence of Fashion Trends, Psychological Pricing, and Customer Experience Mediated by Consumer Satisfaction on Women's Clothing Repurchase Intention at Butik Risqi Kembang-Borong" under the guidance of Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM as the First Supervisor and Apryanus Fallo SE, MM as the Second Supervisor.

Currently, there are many boutiques established in Borong City, one of them is Butik Risqi which sells women's clothing and accessories. The development of sales data at Butik Risqi from 2018 to 2023 has fluctuated. The objectives of this research are: (1) To determine consumer perceptions of Fashion Trends, Psychological Pricing, Customer Experience, Consumer Satisfaction, and Women's Clothing Repurchase Intention at Butik Risqi Kembang-Borong. (2) To examine the significance of the partial influence of Fashion Trends, Psychological Pricing, and Customer Experience on Consumer Satisfaction for women's clothing at Butik Risqi Kembang-Borong. (3) To examine the significance of the partial influence of Fashion Trends, Psychological Pricing, and Customer Experience on Women's Clothing Repurchase Intention at Butik Risqi Kembang-Borong. (4) To determine the significant influence of Consumer Satisfaction on Women's Clothing Repurchase Intention at Butik Risqi Kembang-Borong. (5) To examine whether Consumer Satisfaction mediates the influence of Fashion Trends, Psychological Pricing, and Customer Experience on Women's Clothing Repurchase Intention at Butik Risqi Kembang-Borong.

The population in this research is all residents of Borong City who have made or have previously made repeat purchases of women's clothing products at Butik Risqi Kembang-Borong, the number of which is not yet known for sure. The sample taken in this research is 105 respondents. The type of data used in this research is according to the source, namely primary data and secondary data, while according to its nature, it includes qualitative and quantitative data. The data collection techniques used are interviews, questionnaires, and documentation. The analysis used is descriptive analysis and inferential analysis (SmartPLS).

The results of the descriptive analysis of the variables Fashion Trends, Psychological Pricing, and Customer Experience are in the good category, while the variables Consumer Satisfaction and Repurchase Intention are in the very good category. The results of inferential statistical analysis (PLS) show that (1) Fashion Trends and Customer Experience partially have a positive and significant influence on Consumer Satisfaction, while Psychological Pricing has a positive but not significant influence on Consumer Satisfaction. (2) Fashion Trends and Psychological Pricing partially have a positive but not significant influence on Repurchase Intention, while Customer Experience has a positive and significant influence on Repurchase Intention. (3) The variable Consumer Satisfaction has a positive and significant influence on Repurchase Intention. (4) Consumer Satisfaction does not mediate Fashion Trends and Psychological Pricing on Repurchase Intention, while Consumer Satisfaction is able to mediate Customer Experience on Repurchase Intention. The coefficient of determination (R^2) of the Consumer Satisfaction variable is 77.1% and Repurchase Intention is 71.1%, the rest, 22.9% and 28.9%, is the contribution of other variables not included in this research model.

Based on the results of the analysis, it is recommended that Butik Risqi create diverse designs and products, set prices according to product quality, and provide a good experience for consumers.

Keywords: Fashion trends, Psychological pricing, Customer experience, Consumer satisfaction, Repurchase intention.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN TEORI	16
A. Manajemen Pemasaran.....	16
B. Perilaku Konsumen	19
C. Keputusan Pembelian.....	22
D. Minat Beli Ulang.....	25
E. Kepuasan Konsumen.....	28
F. <i>Trend Fashion</i>	33

G. Harga Psikologi.....	36
H. <i>Customer Experience</i>	40
I. Penelitian Terdahulu	43
J. Kerangka Berpikir.....	46
K. Hipotesis.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Tempat dan Waktu Penelitian	50
B. Populasi dan Sampel	50
C. Jenis Data	52
D. Teknik Pengumpulan Data.....	53
E. Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran Variabel	54
F. Analisis Data	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
A. Gambaran Umum Butik Risqi.....	64
B. Karakteristik Responden	65
C. Teknik Analisis Data.....	68
D. Pembahasan.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan	8
Tabel 1.2 Research Gap	11
Tabel 3.1 Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran	55
Tabel 3.2 Skala Ordinal	56
Tabel 4.1 Jenis dan Harga Pakaian	64
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	66
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	67
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang.....	68
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	69
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel <i>Trend Fashion</i>	70
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel Harga psikologi	71
Tabel 4.10 Deskriptif Variabel <i>Customer Experience</i>	72
Tabel 4.11 Hasil Analisis <i>Outer Loading (Measurement Model)</i>	74
Tabel 4.12 <i>Discriminant Validity Cross Loadings</i>	75
Tabel 4.13 Nilai <i>Average Variance Extracted</i>	76
Tabel 4.14 Nilai <i>Composite Reliability</i>	77
Tabel 4.15 Nilai <i>Cronbah Alpha</i>	78
Tabel 4.16 <i>Path Coefficient</i>	79
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi R^2	79
Tabel 4.18 Hubungan Langsung Antara Variabel.....	81
Tabel 4.19 Hasil Perhitungan Total <i>Indirec Effectt</i>	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampak Depan Butik Risqi	7
Gambar 1.2 Jenis Pakaian pada Butik Risqi	8
Gambar 1.3 Harga Psikologi Pakaian Wanita pada Butik Risqi.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian	48
Gambar 3.1 Diagram Jalur	59
Gambar 4.1 Analisis Jalur PLS Untuk Melhat Outer Model	74
Gambar 4.2 Diagram <i>Path</i> Hubungan Antara Variabel	81