

ABSTRAK

Natasha Elvina

Skripsi

Pengaruh *food quality* dan *price fairness* terhadap *repurchase intention* dengan *satisfaction* sebagai variabel mediasi pada Toko Sherly's Cake

Penelitian ini mengangkat objek penelitian Sherly's Cake, yang bertujuan untuk meningkatkan brand awareness guna meningkatkan penjualan. Maka dari itu, peneliti ingin mengangkat variabel *food quality*, *price fairness*, *satisfaction* dan *repurchase intention* yang selanjutnya akan menjadi rekomendasi kepada *owner* Sherly's Cake untuk diimplementasikan pada sosial media Sherly's Cake guna meningkatkan *brand awareness*.

Untuk menguji hal tersebut, peneliti melakukan penelitian terhadap 140 responden, dan berhasil mendapatkan 120 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Penelitian ini dikumpulkan melalui *online* dan *offline* survey yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan *Partial Least Square* untuk mengolah data yang terkumpul. Hasil penelitian membuktikan bahwa *food quality* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*, *food quality* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention*, *price fairness* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*, *price fairness* berpengaruh negatif terhadap *repurchase intention* dan *satisfaction* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention*.

Kata kunci : *food quality*, *price fairness*, *satisfaction*, *repurchase intention*

ABSTRACT

Natasha Elvina

Thesis

The Influence of food quality and price fairness on repurchase intention with satisfaction as a mediating variable at Sherly's Cake Store

This research focuses on Sherly's Cake as the subject, aiming to enhance brand awareness to boost sales. Therefore, the researcher intends to explore the variables of food quality, price fairness, satisfaction, and repurchase intention. These findings will subsequently serve as recommendations for Sherly's Cake owner to implement on the store's social media platforms, ultimately improving brand awareness.

To examine these aspects, the researcher conducted a study involving 140 respondents, successfully obtaining 120 responses that met the research criteria. The data was collected through online and offline surveys, utilizing a quantitative approach with Partial Least Square to analyze the gathered information. The research results confirm that food quality positively influences satisfaction, food quality positively affects repurchase intention, price fairness positively impacts satisfaction, price fairness negatively affects repurchase intention, and satisfaction positively influences repurchase intention.

Keywords: food quality, price fairness, satisfaction, repurchase intention

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.4.1. Bagi brand Sherly's Cake :	5
2. TEORI PENUNJANG	6
2.1. <i>Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R)</i>	6
2.2. <i>Food Quality</i>	6
2.3. <i>Price Fairness</i>	7
2.4. <i>Satisfaction</i>	8
2.5. <i>Repurchase Intention</i>	9
2.6. Hubungan antar Variabel	9
2.7. Kerangka Konseptual	13
3. METODOLOGI PENELITIAN	15
3.1. Gambaran Umum Konteks Penelitian	15

3.1.1. Nama, Jenis dan Lokasi Perusahaan	16
3.1.2. Logo Perusahaan	17
3.1.3. Tujuan Perusahaan	17
3.2. Jenis Penelitian	17
3.3. Gambaran Populasi dan Sampel	17
3.3.1. Populasi	17
3.3.2. Sampel	18
3.4. Jenis dan Sumber Data	19
3.5. Metode dan Prosedur Pengumpulan Data	19
3.6. Definisi Operasional Variabel	20
3.6.1. Variabel Independen	20
3.6.2. Variabel Dependen	21
3.7. Teknik Analisis Data	22
3.7.1. Analisis Statistik Deskriptif	22
3.7.2. Analisis Statistik Inferensial	24
3.8. Variabel dan indikator pada survei	26
4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	30
4.1. Analisis Statistik Deskriptif	30
4.2. Deskripsi Variabel Penelitian	31
4.3. Analisis Statistik Inferensial	34
4.4. Pembahasan	42
5. KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1. Kesimpulan	46
5.2. Implikasi Manajerial	46
5.3. Rekomendasi Penelitian Selanjutnya	48
LAMPIRAN	49
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	49
Lampiran 2 : Input PLS	53

Lampiran 3 : Statistik Deskriptif	57
Lampiran 4 : Output PLS	60
DAFTAR PUSTAKA	65

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Profil Responden	30
Tabel 4.2 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Food Quality</i>	31
Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Price Fairness</i>	32
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Repurchase Intention</i>	33
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Satisfaction</i>	33
Tabel 4.6 Nilai <i>Outer Loading</i>	35
Tabel 4.7 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	36
Tabel 4.8 <i>Cross Loading</i>	37
Tabel 4.9 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	38
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.11 Nilai Akurasi dan Relevansi Prediksi Model	40
Tabel 4.12 <i>Path Coefficients</i> dan Hasil Uji Hipotesis	41
Tabel 4.13 <i>Path Coefficients</i> dan Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Mediasi	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Model Pengukuran PLS

40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	49
Lampiran 2 : Input PLS	53
Lampiran 3 : Statistik Deskriptif	57
Lampiran 4 : Output PLS	60