

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang mana atas berkat dan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Celebrity Endorsement* terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Rabbani di Tasikmalaya)”** Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam. Dalam penyusunan Skripsi ini penulis telah banyak memperoleh bantuan, bimbingan, pengarahan serta dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada Allah SWT, ketiga orangtua yang penulis sayangi Ibu Nurlela, Alm. Bapak Agus Muksin dan Bapak Jajang Priatna serta seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini. Rasa terimakasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan pada:

1. Dr. Ir. Nundang Baesari, M.T., IPU selaku Rektor Universitas Siliwangi;
2. Dr. Asep Suryanto, S.Ag., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi;
3. Dr. Hj. Lina Marlina S.Ag., M.Ag., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi, Sekaligus dosen pembimbing 1 yang tidak kenal lelah selalu membimbing dan memberi arahan pada penulis dari awal hingga akhir proses penyusunan skripsi ini

4. Dian Friantoro S.E., M.A., selaku dosen pembimbing 2 yang juga tidak kenal lelah selalu membimbing dan memberi arahan pada penulis dari awal hingga akhir proses penyusunan skripsi ini;
5. Qiny Shonia Az Zahra S.E., M.E., selaku dosen wali kelas D angkatan 2020;
6. Seluruh Dosen Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi yang ikut memotivasi dalam penyusunan skripsi;
7. Segenap keluarga yang penulis cintai, dan serta seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan do'a terbaik, dan dukungan yang tiada hentinya pada penulis;
8. Sahabat-sahabat ku Hanna M, Reva B, Putri Sani, Silvi Alya, Tia Restuna, Siti Salbiyah, Nabila Awaliatu, terimakasih untuk setiap supportnya, yang telah menemani penulis.
9. Seluruh rekan perjuangan kelas perwalian D angkatan 2020; dan Rekan-rekan pengurus BLM FAI
10. Dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka saran maupun kritik demi sempurnanya skripsi ini sangat penulis harapkan. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya

Tasikmalaya, 31 Oktober 2023

Penulis



Fuja Insani

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
PEDOMAN TRNSLITERASI	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	9
BAB II KERANGKA TEORI	11
A. Landasan Teori	11
1. Minat Beli Ulang	11
2. Kepuasan Pelanggan	15
3. Kualitas Produk	21
4. Harga	24
5. <i>Celebrity Endorsement</i>	28
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Kerangka Pemikiran	43
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Metode Penelitian	48
B. Operasional Variabel	49
1. Variabel Independen	50
2. Variabel Dependen	51
3. Variabel Intervening	52
C. Populasi dan Sampel	54

1. Populasi	54
2. Sampel	55
D. Teknik Pengumpulan Data.....	56
E. Instrumen Penelitian.....	57
F. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	59
G. Waktu dan Tempat Penelitian	66
1. Tempat.....	66
2. Waktu penelitian.....	67
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	68
A. Profile Umum Rabbani	68
B. Deskripsi Identitas Responden.....	73
C. Hasil Penelitian	80
1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	80
a. Uji Validitas Data.....	80
1) Validitas Konvergen.....	80
a. Uji Validitas Diskriminan	83
b. Uji Reabilitas	84
2. Evaluasi Model Stuktural (<i>Inner Model</i>)	86
a. Analisis Uji R square (R^2).....	86
b. Analisis Uji F <i>Square</i>	87
2. Uji Hipotesis	89
D. Pembahasan Hasil Penelitian	94
1. Deskripsi Variabel.....	94
2. Pembahasan hasil Analisis data SEM-PLS	98
BAB V PENUTUP.....	113
A. Simpulan	113
B. Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Topbrand_Awards Rabbani pada kategori Busana Muslim.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	46
Gambar 4.1 Logo Perusahaan Rabbani.....	70
Gambar 4.2 Diagram Jenis Kelamin Responden	73
Gambar 4.3 Diagram Usia Responden.....	74
Gambar 4.4 Diagram Pekerjaan Responden	76
Gambar 4.5 Diagram Domisili Responden	77
Gambar 4.6 Diagram Produk Yang Sering dibeli Responden	78
Gambar 4.7 Output Model Penelitian SEM-PLS.....	88
Gambar 4.8 Output Model Penelitian SEM-PLS.....	89
Gambar 4.9 Statistik Deskriptif.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Survey Awal pada konsumen Rabbani.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	53
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen.....	58
Tabel 3.3 Waktu Penelitian	67
Tabel 4.1 Nilai Outer Loading	81
Tabel 4.2 Nilai <i>Average Variance Extracted</i>	82
Tabel 4.3 Hasil <i>fornell larcker criterion</i>	83
Tabel 4.4 Nilai Cross Loading	84
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	85
Tabel 4.6 Hasil Uji R-Square	86
Tabel 4.7 Hasil Uji F-Square	87
Tabel 4.8 Hasil <i>Path Coefficients</i>	90
Tabel 4.9 Uji <i>Specific Indirect effect</i>	92