

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, PROMOSI MEDIA SOSIAL  
DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG OLEH  
GENERASI Z DI ROCKET CHICKEN**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh :**

**Erlangga Tri Anggoro Cahyo**

**NPM : 200325844**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2024**

**Skripsi**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, PROMOSI MEDIA SOSIAL  
DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG OLEH  
GENERASI Z DI ROCKET CHICKEN**

**Disusun Oleh:**  
**Erlangga Tri Anggoro Cahyo**

**NPM: 200325844**



**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing,**

**Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc.,  
Ph.D.**

**6 Juni 2024**

**Skripsi**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, PROMOSI MEDIA SOSIAL  
DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG OLEH  
GENERASI Z DI ROCKET CHICKEN**

yang telah dipersiapkan dan disusun oleh  
**Erlangga Tri Anggoro Cahyo**

**NPM: 200325844**

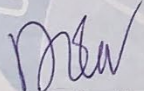
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji  
pada tanggal 10 Juli 2024

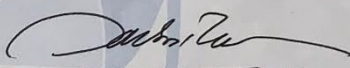
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima  
sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)  
Program Studi Manajemen

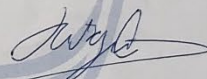
**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

**Anggota Panitia Penguji**


  
**Elisabet Dita Septiari, SE.,  
M.Sc., Ph.D.**


  
**Nadia Nila Sari, SE., MBA.**

  
**Dwitya Aribawa, SE., MBA.**

**Yogyakarta, 19 Juli 2024**

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

  
**Wenefrida Manestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D.**

  
**FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

## LEMBAR PERNYATAAN


Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

### **PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG OLEH GENERASI Z DI ROCKET CHICKEN**

Semua hasil, isi, dan gagasan dalam skripsi ini adalah karya asli saya. Saya telah mencantumkan secara tertulis referensi dari tulisan atau ide orang lain yang saya gunakan dalam skripsi ini di daftar pustaka. Jika di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, baik Sebagian maupun seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta akan dinyatakan tidak sah dan saya akan mengembalikannya kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 13 Juni 2024

Yang menyatakan



Erlangga Tri Anggoro Cahyo

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, karunia, kemurahan hati, dan rahmat yang telah diberikan selama penulisan penelitian ini. Berkatnya, peneliti dapat menyelesaikan masa studi dari awal hingga akhir semester dan menyusun penelitian skripsi ini sebagai syarat akhir kelulusan. Penelitian berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi Media Sosial Dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang Oleh Generasi Z Di Rocket Chicken” ini dilakukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dan kendala dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam memberikan informasi, membimbing, menemani, memberikan dukungan penuh dalam segala aspek, dan mendorong peneliti untuk melanjutkan penelitian skripsi ini hingga selesai. Terima kasih disampaikan kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu membimbing, menguatkan, memberikan hikmat, serta Kesehatan kepada peneliti dalam segala situasi sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D., sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan, dorongan, arahan, dan masukan yang berharga dari awal penyusunan hingga akhir penulisan skripsi ini.
3. Kepada kedua orang tua, Bapak Yusuf Wibowo Hadiyanto dan Ibu Irine Relawaty, serta kedua saudara Angga Sigit Wicaksono dan Rangga Waskito Bawono. Juga seluruh keluarga besar yang selalu menjadi sumber semangat dan kekuatan bagi peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.
4. Kepada saudara sepupu Danar Wiratmoko dan sekeluarga, yang telah membantu memberikan saran selama pengerjaan skripsi ini.

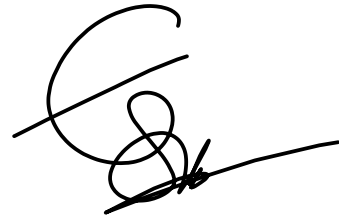
5. Kepada teman pendamping hidup Gisella Gloria Miaines Samaray Patamuan, yang selalu memberikan semangat, dorongan, saran, dan menemani selama proses pengerjaan skripsi ini hingga akhir.
6. Teman-teman MBB (Manajemen Basa Basi) yaitu, Kevin Noviandika Pradana, Abrian Budi Eldwinar, Pieter Ragil Anaesa, Haposan Kevin Siringo Ringo, I Komang Gede Aditya Satrya Naradha, Gregorius Putu Adriel De Carlos, Baptista Gregorius Barbarigo, Rafel Basilius Biweng, Asido N.C. Simanjuntak, Michael Tegar Darmamukti, Giancarlo Darren Ghilchrist Oeitono, Bileam Gibran, Julian Agung Wiyono, Redemthus Grifito Salamanang, Benediktus Rionaldo Wibowo, Joaquin Frederico Dos Santos Miranda, Nugrahyanda Naptali Simanjuntak, Aloisius Kristian Doni, Ernesto Agilen Willarumba, dan Benediktus Vito Ananta karena telah menjadi teman sejak awal perkuliahan offline dan selalu bersama untuk saling membantu satu sama lain.
7. Teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan mengerjakan bersama yaitu, Kevin Noviandika Pradana, Abrian Budi Eldwinar, Pieter Ragil Anaesa, I Komang Gede Aditya Satrya Naradha, Gregorius Putu Adriel De Carlos.
8. Peneliti sendiri yang sudah berjuang dari awal hingga titik ini dan selalu bersyukur, semangat, serta selalu berusaha menyelesaikan apa yang telah dimulai dari awal hingga akhir.
9. Seluruh dosen, karyawan, dan staff FBE UAJY yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama empat tahun mengemban ilmu di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
10. Organisasi HMPSM dan seluruh anggotanya yang telah memberikan pengalaman, kenangan, dan kenyamanan semasa berkuliah di Atma Jaya Yogyakarta.

Akhir kata, demikianlah skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, peneliti memohon maaf jika masih terdapat kekurangan dalam penulisan laporan ini,

peneliti berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya. Demikian yang dapat disampaikan, terima kasih atas perhatian dan kerja sama yang diberikan, baik sebelumnya maupun yang akan datang.

Yogyakarta, 13 Juni 2024

Yang menyatakan

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'E' followed by a series of loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Erlangga Tri Anggoro Cahyo

## DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penelitian .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1 Niat Pembelian Ulang .....	13
2.1.2 Harga .....	15
2.1.3 Kualitas Produk.....	16
2.1.4 Promosi Media Sosial .....	17
2.1.5 Citra Merek .....	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	31
2.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Citra Merek .....	31
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek .....	31
2.3.3 Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Citra Merek.....	32
2.3.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang.....	33
2.3.5 Pengaruh Harga Terhadap Niat Pembelian Ulang .....	34
2.3.6 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang .....	35
2.3.7 Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Niat Pembelian Ulang.	35
2.3.8 Mediasi citra merek terhadap pengaruh harga dan niat pembelian ulang	36
2.3.9 Mediasi citra merek terhadap pengaruh kualitas produk dan niat pembelian ulang.....	37
2.3.10 Mediasi citra merek terhadap pengaruh promosi media sosial dan niat pembelian ulang.....	37
2.4 Model Kerangka Penelitian .....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Desain Penelitian .....	40



3.2	Sampling.....	41
3.2.1	Populasi.....	41
3.2.2	Sampel.....	41
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	42
3.4	Definisi Operasional Variabel .....	42
3.5	Pengukuran Data .....	47
3.6	Metode Analisis Data .....	47
3.6.1	Statistik Deskriptif .....	47
3.7	Pengujian Instrumen.....	49
3.7.1	Uji Validitas .....	49
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	50
3.7.3	Structural Equation Modeling – Partial Least Square (SEM-PLS). .....	50
3.8	Uji Hipotesis.....	52
3.9	Uji Variabel Medias .....	52
3.10	Hasil Uji Kuesioner .....	53
3.10.1	Face Validity .....	53
3.10.2	Pilot Test .....	58
3.10.3	Uji Reliabilitas .....	59
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		61
4.1	Hasil Statistika Deskriptif.....	61
4.1.1	Analisis Deskriptif Profil Responden .....	61
4.1.2	Hasil Demografi Responden .....	62
4.1.3	Analisis Statistika Deskriptif .....	63
4.2	Analisis Data .....	65
4.2.1	Path Diagram.....	65
4.2.2	Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	65
4.2.3	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	69
4.2.4	Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	71
4.2.5	Hipotesis Uji Mediasi.....	75
4.2.6	Pembahasan Hipotesis Secara Langsung .....	80
4.2.7	Pembahasan Hipotesis Tidak Langsung .....	83
BAB V PENUTUP.....		86

5.1	Kesimpulan.....	86
5.1.1	Kesimpulan Profil Responden .....	86
5.1.2	Kesimpulan Uji Hipotesis .....	86
5.2	Implikasi Manajerial.....	87
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	89
5.4	Saran Penelitian .....	89
	DAFTAR PUSTAKA .....	91
	LAMPIRAN.....	97

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3. 1 Definisi Operasional .....	42
Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert.....	47
Tabel 3. 3 Face Validity .....	54
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4. 1 Jumlah Responden Yang Pernah Membeli Produk Dari Rocket Chicken .....	61
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Yang Termasuk Dalam Generasi Z (Kelahiran Tahun 1997-2012).....	62
Tabel 4. 3 Karakteristik Demografi Responden.....	62
Tabel 4. 4 Hasil Statistik Deskriptif.....	64
Tabel 4. 5 Hasil Outer Loading dan Average Variance Extracted.....	66
Tabel 4. 6 Hasil Cross Loading.....	67
Tabel 4. 7 Hasil Fornell-Larcker Criterion .....	68
Tabel 4. 8 Hasil Composite Reliability .....	69
Tabel 4. 9 Hasil R-Square dan Q-Square .....	70
Tabel 4. 10 Hasil Uji F Square.....	71
Tabel 4. 11 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	72
Tabel 4. 12 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung .....	75
Tabel 4. 13 Hasil Pengaruh Mediasi Citra Merek Terhadap Harga dan Niat Pembelian Ulang .....	76
Tabel 4. 14 Hasil Pengaruh Mediasi Citra Merek Terhadap Kualitas Produk dan Niat Pembelian Ulang .....	77
Tabel 4. 15 Hasil Pengaruh Mediasi Citra Merek Terhadap Promosi Media Sosial dan Niat Pembelian Ulang .....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Sensus Penduduk Indonesia 2020.....	1
Gambar 1. 2 Hasil Barang Yang Paling Banyak Dibeli Gen Z Dalam Sebulan Pada Tahun 2022.....	3
Gambar 1. 3 Menu Rocket Chicken.....	5
Gambar 1. 4 Media Sosial Rocket Chicken .....	6
Gambar 1. 5 Digital Brand Popular Award 2019.....	7
Gambar 2. 1 Model Kerangka Penelitian.....	39
Gambar 3. 1 Decision Tree Untuk Membentuk dan Memahami Jenis-Jenis Mediasi dan Non-Mediasi .....	53
Gambar 4. 1 Path Diagram.....	65
Gambar 4. 2 Model Struktural .....	69
Gambar 4. 3 Pengaruh harga Terhadap Niat Pembelian Ulang Dengan Citra Merek Sebagai Mediasi.....	76
Gambar 4. 4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Dengan Citra Merek Sebagai Mediasi.....	77
Gambar 4. 5 Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Niat Pembelian Ulang Dengan Citra Merek Sebagai Mediasi .....	78

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. 1 Surat Pengantar.....	97
Lampiran 1. 2 Pertanyaan Kuisisioner.....	98
Lampiran 1. 3 Formulir Google Form .....	102
Lampiran 1. 4 Hasil Pengisian Responden .....	112
Lampiran 1. 5 Hasil Olah Data Smart-PLS.....	132
Lampiran 1. 6 Struktur Kerangka SEM-PLS .....	137
Lampiran 1. 7 Jurnal Acuan.....	139

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, PROMOSI MEDIA SOSIAL  
DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG OLEH  
GENERASI Z DI ROCKET CHICKEN**

**Disusun oleh :  
Erlangga Tri Anggoro Cahyo  
Pembimbing :  
Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D.**

**Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas  
Atma Jaya Yogyakarta  
Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta**

**ABSTRAK**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menguji pengaruh harga, kualitas produk, promosi media sosial dan citra merek terhadap niat pembelian ulang oleh generasi Z di Rocket Chicken. Total responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah 232 responden, namun hanya 210 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* menggunakan skala *likert* 5 poin, dan kuesioner disebarikan melalui platform Google Form di media sosial. Program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 26 dilakukan untuk *Pilot Test* dan analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan program *Partial Least Square* (SmartPLS 4). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk, dan promosi media sosial berpengaruh signifikan terhadap citra merek. Variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang. Variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang, sebaliknya variabel kualitas produk dan promosi media sosial berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang. Untuk variabel citra merek yang memediasi variabel harga, kualitas produk, dan promosi media sosial terhadap niat pembelian ulang berpengaruh secara signifikan.

**Kata kunci :** Rocket Chicken, Harga, kualitas produk, promosi media sosial, citra merek, niat pembelian ulang.