

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN KEMASAN
TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI
(STUDI PADA PELANGGAN PENGGUNA *CLAY MASK SKINTIFIC*
DI KOTA MALANG)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

Adelia Rafika Putri
202110160311084

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN KEMASAN
TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI
(STUDI PADA PELANGGAN PENGGUNA *CLAY MASK SKINTIFIC*
DI KOTA MALANG)**

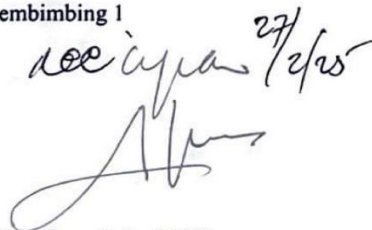
Oleh:

**Adelia Rafika Putri
202110160311084**

Malang, 3 Maret 2025

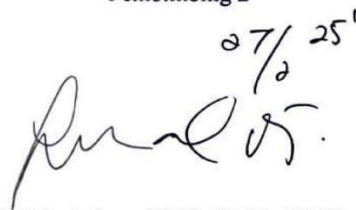
Telah disetujui oleh:

Pembimbing 1



(Drs. Noor Aziz, M.M)

Pembimbing 2



(Rinaldy Achmad R F., S.A.B., MM)

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN KEMASAN
TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI MEDIASI
(Studi pada Pelanggan Pengguna Clay Mask Skintific di Kota Malang)**


Oleh :


Adelia Rafika Putri
202110160311084

Diterima dan disetujui
pada tanggal 08 Maret 2025


Pembimbing I,

Pembimbing II,


Drs. Noor Azis, M.M.


Rinaldy Achmad Roberth F., S.A.B., M.M.


Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.


Dr. Nurul Asfiah, M.M.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN KEMASAN TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI (Studi pada Pelanggan Pengguna Clay Mask Skintific di Kota Malang)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Adelia Rafika Putri

NIM : 202110160311084

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 08 Maret 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Drs. Noor Azis, M.M.

Pembimbing II : Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M.

Penguji I : Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.

Penguji II : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PERNYATAAN ORSINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Adelia Rafika Putri
NIM : 202110160311084
Program Studi : Manajemen
Surel : adelliarafikaarpe@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 19 Maret 2025

Yang membuat pernyataan,



Adelia Rafika Putri

202110160311084

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN KEMASAN
TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI
(STUDI PADA PELANGGAN PENGGUNA *CLAY MASK SKINTIFIC*
DI KOTA MALANG)**

Adelia Rafika Putri, Noor Aziz, Rinaldy Achmad Robert Fathoni
Departemen of Management, University of Muhammadiyah Malang
E-mail: adelliarafikaarpe@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality and packaging design on repurchase intention with customer satisfaction as a mediating variable for customers who use Skintific Clay Mask in Malang City. This study uses a quantitative approach with a survey method through distributing questionnaires to 140 respondents who have used the product at least once in the last three months. The data were analyzed using the Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) method to test the relationship between variables. The results showed that product quality and packaging design have a positive and significant effect on repurchase intentions, both directly and through customer satisfaction play an important role in encouraging repeat purchases. Thus, it is recommended that companies continue to improve product quality and innovation in packaging design to maintain and increase customer satisfaction and strengthen competitiveness in the market.

Keywords: *Product Quality, Packaging Design, Customer Satisfaction, Repurchase Intention.*

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN KEMASAN
TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI
(STUDI PADA PELANGGAN PENGGUNA *CLAY MASK SKINTIFIC*
DI KOTA MALANG)**

Adelia Rafika Putri, Noor Aziz, Rinaldy Achmad Robert Fathoni
Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang

E-mail: adelliarafikaarpe@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan desain kemasan terhadap niat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada pelanggan pengguna *Clay Mask Skintific* di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuisisioner kepada 140 responden yang telah menggunakan produk minimal satu kali dalam tiga bulan terakhir. Data dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan desain kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang, baik secara langsung maupun melalui kepuasan pelanggan memainkan peran penting dalam mendorong pembelian ulang. Dengan demikian, perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produk serta inovasi dalam desain kemasan guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan serta memperkuat daya saing di pasar.

Kata kunci: Kualitas Produk, Desain Kemasan, Kepuasan Pelanggan, Niat Beli Ulang.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya yang senantiasa menyertai setiap langkah saya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Kemasan terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi (Studi pada Pelanggan Pengguna Clay Mask Skintific di Kota Malang)” dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Shalawat serta salam tak lupa saya haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya, yang telah membawa kita dari kegelapan menuju cahaya ilmu pengetahuan. Semoga kita semua senantiasa diberikan kekuatan untuk mengikuti sunnah beliau.

Selama proses penyusunan skripsi ini, saya menerima banyak dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Sebagai bentuk rasa syukur, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiyah, M.M., selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Drs. Noor Aziz, M.M, selaku dosen pembimbing I penulis yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi yang sangat berarti selama progress penulisan tugas akhir. Terimakasih atas waktu, perhatian, dan kesabaran yang telah diberikan.
5. Rinaldy Achmad Robert Fathoni, S.AB., MM, selaku dosen pembimbing II penulis yang juga memberikan dukungan kritik konstruktif, serta saran yang sangat berguna dalam memperbaiki dan menyempurnakan hasil tugas akhir. Terimakasih banyak atas waktu, perhatian, dan kesabaran yang telah diberikan.

6. Pintu surgaku, mama Siti Zulaikhah. Beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai dibangku perkuliahan, tapi semangat, motivasi serta do'a yang selalu beliau berikan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
7. Cinta pertama, Ayahanda Rofi'i. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu memberikan dukungan dan bekerja keras agar penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
8. Saudara dan saudari tercinta, Iik Dwi Yuli Vagustian dan Siti Sofiyah yang selalu memberikan motivasi dan dorongan semangat agar penulis tetap semangat dalam menjalankan perkuliahan.
9. Keponakan tersayang, Sheza Nova Aurelia yang selalu menjadi *mood booster* penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
10. Seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Mochammad Haqqy Annazilli. Terimakasih telah mendengarkan keluh kesah penulis, berkontribusi dalam penulisan skripsi ini, memberikan dukungan, semangat dan tenaga.
11. Sahabat penulis satu satunya, Nurul Fitriani Azizah. Terimakasih telah mendengarkan keluh kesah penulis dalam penyusunan skripsi ini dan memberikan semangat tanpa henti.
12. Teman seperjuangan S1 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu untuk supportif satu sama lain, saling memberikan bantuan, informasi, dan dukungan selama kuliah, magang, dan penelitian hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
13. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Adelia Rafika Putri. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mau untuk berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses

penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri karena berhasil menjadi salah satu yang berhasil untuk mendapat gelar sarjana pertama di keluarga. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Adel. Apapun kurang lebih dari diri kamu mari merayakan diri sendiri. Semangat untuk melanjutkan kehidupan dewasa ini.

Dengan segala keterbatasan dan kekurangan saya menghadirkan karya tulis ini bagi siapa saja yang membutuhkannya. Saya sangat mengharapkan masukan dan kritik yang membangun dari berbagai pihak guna memperbaiki dan menyempurnakan karya saya di masa mendatang. Terima kasih.

Malang, 19 Maret 2025

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORSINALITAS	ii
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Kegunaan Penelitian	10
E. Batasan Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori (Teori Pendukung).....	12
1. Teori Perilaku Konsumen (Consumer Behavior Theory).....	12
2. Niat Beli Ulang	15
3. Kualitas Produk.....	18
4. Desain Kemasan.....	21
5. Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Meediasi.....	24
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Konsep/Pikir atau Model Penelitian dan Hipotesis	31

BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis Penelitian	35
B. Lokasi/Obyek Dan Waktu Penelitian	35
C. Populasi, Sampel, dan Sampling	35
D. Devinisi Operasional Variabel	37
E. Pengembangan Instrumen Penelitian.....	38
F. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	40
G. Pengujian Instrumen	40
1. Uji Validitas.....	40
2. Uji Reliabilitas	41
H. Metode Analisis Data.....	42
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
B. Hasil Pengumpulan Data.....	47
1. Data Karateristik Responden	47
2. Pengujian Instrumen.....	57
3. Metode Analisis Data	65
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
1. Pengaruh Langsung	69
2. Pengaruh Mediasi.....	79
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	84
A. Kesimpulan.....	84
B. Implikasi Penelitian	88
1. Implikasi Teoritis	88
2. Implikasi Praktis.....	89
C. Keterbatasan Penelitian.....	90
D. Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Perbandingan Nilai Penjualan	5
Gambar 2.	Fluktuasi Penjualan.....	7
Gambar 3.	Hasil Data Pengujian Intrumen.....	57



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Devinisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 3.2	Skala Likert	38
Tabel 3.3	Analisis Rentang Skala	39
Tabel 4.1	Data Berdasarkan Pembelian.....	48
Tabel 4.2	Data Jenis Kelamin	48
Tabel 4.3	Domisili Tempat Tinggal	48
Tabel 4.4	Data Usia	49
Tabel 4.5	Rekapitulasi Jawaban Niat Beli Ulang.....	50
Tabel 4.6	Rekapitulasi Jawaban Kualitas Produk	52
Tabel 4.7	Rekapitulasi Jawaban Desain Kemasan	54
Tabel 4.8	Rekapitulasi Jawaban Kepuasan Pelanggan.....	55
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	58
Tabel 4.10	<i>Fornell-Lacker Criterion</i>	62
Tabel 4.11	HTMT	63
Tabel 4.12	<i>Cross Loading</i>	64
Tabel 4.13	Inner VIF	65
Tabel 4.14	R Square	65
Tabel 4.15	Pengujian Hipotesis	66
Tabel 4.16	Pengujian Hipotesis Mediasi	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner.....	97
Lampiran 2.	Jawaban Responden	101
Lampiran 3.	Uji Smart-PLS	113



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., & Rahman, M. A. (2021). Minat Beli Ulang Wardah Cosmetic Yang Dimoderasi. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, 2(2), 34–48.
- Anam, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Rental Mobil Mitra Transport) Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(9), 1–15.
- Angelia, D. (2023). *Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk Dan Desain Kemasan Terhadap Minat Pembelian Ulang Powtato*. 15–16.
- Assauri, S. (2010). Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi. Jakarta: Penerbit PT Rajagrafindo Persada.
- BPS Indonesia, S. I. (2023). Catalog : 1101001. *Statistik Indonesia 2023*, 1101001, 790.
<https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>
- Chatzoglou, P., Chatzoudes, D., Savvidou, A., Fotiadis, T., & Delias, P. (2022). Factors affecting repurchase intentions in retail shopping: An empirical study. *Heliyon*, 8(9), e10619. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10619>
- Chin, W. W. (2010). (2010). Testing moderating effects in PLS path models: an illustration of available procedures. in handbook of partial least squares. In *Handbook of Partial Least Squares*.
- Digital Indonesia, A. M. (2022). *Hasil Riset Penjualan Team Asosiasi Digital Marketing Indonesia (www.digimind.id) Periode Februari 2022*. Asosiasi Digital Marketing All Rights Reserved. <https://digimind.id/data-e-commerce-indonesia-asosiasi/>
- Ferdinand, A. (2002). Structural equation modeling in management research. *Fakultas Ekonomi UNDIP: Semarang*.
- Garvin, D. A. (1987). Competing on the Eight Dimensions of Quality Harvard Business Review Competing on the Eight Dimensions of Quality. *Harvard Business Review*, 87603, 17 y 50–51. <https://hbr.org/1987/11/competing-on-the-eight-dimensions-of-quality>
- Hair, J. ., Hult, G. T. ., Ringle, C. ., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. 2nd ed.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Long Range Planning*, 46(1–2), 184–185. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002>

- Hanifah, hasna. (2023). Perilaku Konsumen Dalam Pembelian. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7(2), 107–115.
- Hellier, P. ., Geursen, G. ., Carr, R. ., & Rickard, J. . (2003). Customer Repurchase Intention. In *European Journal of Marketing* (Vol. 37, Issue (11/12)). <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah. *Journal of Applied Business Administration*, 3(1), 40–52. <https://doi.org/10.30871/jaba.v3i1.1282>
- Ireson, W. G., & Juran, J. M. (1952). Quality-Control Handbook. In *Journal of the American Statistical Association* (Vol. 47, Issue 258). <https://doi.org/10.2307/2280757>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). (2016). Marketing Management. *Marketing Management, 15th Editi.*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Priciples of Marketing*. 431.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Analyzing consumer markets. *Marketing Management, 14th editi.*
- Makkiyah, H., & Andjarwati, A. L. (2023). Pengaruh kualitas produk, harga, dan label halal terhadap niat beli ulang merek kosmetik lokal untuk remaja dengan pengalaman pelanggan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 337–351.
- Masruroh, S., Dwi Wahyono, Muhaimin, Husnah Katjina, & Loso Judijanto. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2464–2471. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1728>
- Nilsson, J., & Ostrom, T. (2005). *Packaging as a brand communication vehicle.*
- Oliver, R. . (1980). A Cognitive Model Of The Antecedents and Consequences Of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://psycnet.apa.org/doi/10.2307/3150499>
- Palma, K. M., Hapid, H., & Wahida, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Skincare Fenny Frans terhadap Kepuasan Pelanggan di Kota Palopo. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(5), 2729–2737. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i5.3386>
- Prasetyo, M. M., & Wibowo, S. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 1(2), 62–79. <https://doi.org/10.59330/jmd.v1i2.14>
- Putri, S. N. F. (2021). Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang (Studi Kasus : Konsumen Teh Botol

- Sosro Di Wilayah Bekasi Utara). *Sustainability (Switzerland)*.
- Richard L., O. (1999). Whence Consumer Loyalty. *Journal of Marketing, Vol. 63*(Special Issue), 33–44.
- Robert L Underwood, N. M. K. (2002). Packaging as Brand Communication: Effects of Product Pictures on Consumer Responses to the Package and Brand. *Journal of Marketing Theory and Practice, 10*(4), 58–68.
- Salsabillah, N., Putra, S. S., & Digidowiseiso, K. (2023). The Influence Of Product Quality, Brand Image, And Price Perception On Repurchase Decision Of Wardah Cosmetic Products Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Membeli Ulang Produk Wardah Cosmetic. *Management Studies and Entrepreneurship Journal, 4*(6), 8801–8808. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Sri Rahayu, A. S., Tulhusnah, L., & Ediyanto. (2024). Pengaruh Kemasan Produk, Brand Image, Dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Interveningpada Conato Bakery Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME), 3 NO.11*(1), 2263–2274.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sunyoto, L. I., & Dewantara, Y. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang di Union Deli Grand Indonesia. *Jurnal FAME: Journal Food and Beverage, Product, and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services, 4*(2), 1–7. www.kemenperin.go.id,
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik. Andi Offset. Yogyakarta*.
- Toding, J. S., & Mandagi, D. W. (2022). Dimensi Brand Gestalt Sebagai Prediktor Kepuasan Pelanggan Dan Niat Membeli Ulang Pelanggan UMKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi, 9*(3), 1167–1185.
- Widanti, A., Abdillah, W., & Murni, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Konsumen Hypermart. *Jurnal Ilmiah Manajemen, 17*(2), 172–186. <https://doi.org/10.33369/insight.17.2.172-186>
- Yuliana, R., & Pantawis, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Green Marketing Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Skincare di Kota Semarang. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking, 4*(1), 79–86. <https://doi.org/10.35829/econbank.v4i1.164>
- Yurika, L. (2021). *Pengaruh Persepsi Nilai, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kepercayaan Konsumen terhadap Niat Membeli Ulang: Studi Kasus Konsumen Pembalut Wanita*. <http://repository.stieykpn.ac.id/1757/>

Zeithaml, V. A. (1988). *Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence*. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46. <https://doi.org/10.2307/1251929>





Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 15/2/2025

Kode : 2588121167
Nama : ADELIA RAFIKA PUTRI
NIM : 202110160311084
Prodi : Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Kemasan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi (Studi Pada Pelanggan Pengguna Clay Mask Skintific Di Kota Malang)
Persentase Plagiasi : 6%
Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M

