

**PENGARUH MOTIVASI HEDONIS DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG NATASHA SKIN CLINIC
SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH :

FIFI INDRIANI

20181221226

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

2024

**PENGARUH MOTIVASI HEDONIS DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG NATASHA SKIN CLINIC
SURABAYA**

SKRIPSI

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



OLEH :

FIFI INDRIANI

20181221226

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

2024

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fifi Indriani
NIM : 20181221226
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 5 November 2024

Yang membuat pernyataan



Fifi Indriani

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI
PENGARUH MOTIVASI HEDONIS DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG NATASHA SKIN CLINIC
SURABAYA

Oleh:

Fifi Indriani
20281221226

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing,

1. Dr. Muhammad Anang Firmansyah, M.M
2. Phonny Aditiawan Mulyana, S.E., MM

Tanda Tangan

Tanggal



Mengetahui,

Dekan,

Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., M.M

Ketua Program Studi,

Dr. Dwi Satrio Panggayudi, ST., M.M.

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI
PENGARUH MOTIVASI HEDONIS DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG NATASHA SKIN CLINIC
SURABAYA

Nama : Fifi Indriani

NIM : 20181221226

Program Studi : S1 Manajemen

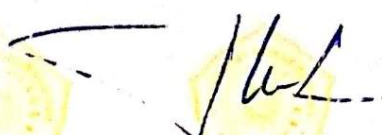
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari/Tanggal : 5 November 2024

Pukul : 13.00 sampai dengan 14.30 WIB

Ketua Penguji


Dr. Siti Maro'ah, M.Pd

Anggota I


Dr. Muhammad Anang Firmansyah, M.M

Anggota II


Phonny Aditiawan Mulyana, S.E., MM

Mengetahui,

Dekan


Dr. Mochamad Mochiklas, S.Si., M.M

Ketua Program Studi


Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., M.M.

PENGARUH MOTIVASI HEDONIS DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG NATASHA *SKIN CLINIC* SURABAYA

Fifi Indriani

Prodi Manajemen FEB-Universitas Muhammadiyah Surabaya

Univrsitas Muhammadiyah Surabaya

Email : fifiindriani07@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan penjualan skincare di Indonesia mengalami peningkatan. Negara Indonesia merupakan salah satu pangsa pasar yang memiliki prospek besar dalam bidang industri kecantikan. Kosmetik dan skincare sudah menjadi kebutuhan primer bagi kaum wanita. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuisioner kepada 67 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan Teknik pengolahan data menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 16.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi hedonis dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci : *Motivasi Hedonis, Kualitas Pelayanan, Minat Beli Ulang*

THE EFFECT OF HEDONIC MOTIVATION AND SERVICE QUALITY ON
THE INTEREST IN REPURCHASING NATASHA *SKIN CLINIC* SURABAYA

Fifi Indriani

FEB Management Study Program-University of Muhammadiyah Surabaya

University of Muhammadiyah Surabaya

Email : fifiindriani07@gmail.com

ABSTRACT

The development of skincare sales in Indonesia has increased. Indonesia is one of the market shares that has great prospects in the beauty industry. Cosmetics and skincare have become a primary need for women in today's trend. The approach used in this study is questionnaires to 67 respondents. The analyst technique used in this study is multiple linear regression with data processing techniques using the SPSS (Statistical Product and Service Solution) version 16.0 program. The result of this study show that hedonic motivation and service quality simultaneously have a positive and significant effect on repurchase interest.

Keywords : *Hedonic Motivation, Service Quality, Repurchase Interest*

KATA PENGANTAR

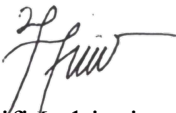
Dengan selalu memohon ridho dan memanjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Penulisan skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi manajemen di Universitas Muhammadiyah Surabaya. Penyusun berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surabaya, khususnya teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dorongan, semangat, dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan apresiasi kepada seluruh pihak atas tersusunnya skripsi ini. Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan segala kenikmatan dan karunia kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi
2. Bapak Dr. Mundakir, S.Kep., Ns., M.Kep. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya
3. Bapak Dr. Mochamad Mochklas, S.Si, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya
4. Bapak Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., M., M.T selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya

5. Bapak Dr. M. Anang Firmansyah, MM. selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Phonny Aditiawan Mulyana, SE, MM. selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran serta kritik yang bermanfaat bagi penulis.
7. Kedua orang tua tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan restu kasih sayang, didikan, arahan, dan mensupport penulis selama ini.
8. Kakak pertama saya Akhmad Ayubi dan kakak kedua saya Achmad Abdul Majid atas do'a dan restu, kasih sayang, didikan dan arahan, dukungan moril dan finansial serta kesabaran kepada penulis ini.
9. Pasangan saya terimakasih juga atas waktu dan selalu mensupport penulis selama ini.
10. Ibu Yona selaku *Brands Manager* Natasha Skin Clinic yang telah memberikan izin melakukan penelitian kepada penulis
11. Teman-teman Manajemen kelas sore Universitas Mummadiyah Surabaya yang telah membantu penulis dalam mengerjakan skripsi ini

Surabaya, 14 Januari 2025


Fifi Indriani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURABAYA.....	i
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN PANITIA PENGUJI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Rumusan Masalah	6
B. Tujuan Penelitian	7
C. Manfaat Penelitian	7
BAB II.....	9
KAJIAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Pemasaran	9
2. Perilaku Konsumen	14
3. Motivasi hedonis	18
4. Kualitas Pelayanan	21
5. Minat Beli Ulang.....	23
B. Pengaruh/Hubungan Antar Variabel	25
C. Penelitian Terdahulu	26
D. Kerangka Konseptual	29

E. Model Analisis	31
F. Hipotesis.....	32
BAB III	33
METODE PENELITIAN.....	33
A. Pendekatan Penelitian	33
B. Identifikasi Penelitian.....	33
C. Definisi Operasional Variabel.....	34
D. Populasi dan Sampel	36
1. Populasi	36
2. Sampel.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data	37
F. Teknik Pengolahan Data	39
1. Uji Instrumen	40
2. Uji Asumsi Klasik.....	41
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
4. Uji Hipotesis	43
BAB IV	45
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	45
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian	47
C. Analisis Data Hasil Penelitian.....	53
D. Pembahasan Hasil Uji Penelitian	64
BAB V.....	68
PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Top Brand Index Perawatan Kulit.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	35
Tabel 3. 2 Skala Linkert	39
Tabel 4. 1 Deskripsi Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4. 2 Deskripsi Umur	48
Tabel 4. 3 Deskripsi Pekerjaan.....	49
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Motivasi Hedonis	50
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	51
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang.....	52
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas	55
Tabel 4. 9 Uji Normalitas.....	56
Tabel 4. 10 Uji Multikolonieritas.....	58
Tabel 4. 11 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	59
Tabel 4. 12 Uji t	61
Tabel 4. 13 Uji F	62
Tabel 4. 14 Uji Determinan R ²	63
Tabel 4. 15 Interval Koefisien Korelasi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data penggunaan skincare di Indonesia	2
Gambar 2. 1 Kerangka konseptual	29
Gambar 2. 2 Model Analisis	31
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan Natasha Skin Clinic Center	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner.....	74
Lampiran 2 Data Karakteristik Responden	75
Lampiran 3 Data Mentah Kuesioner	76
Lampiran 4 Hasil Olah Data.....	77
Lampiran 5 SK Dosen Pembimbing.....	78
Lampiran 6 Surat Izin Penelitian.....	79
Lampiran 7 Surat Balasan Ijin penelitian	80
Lampiran 8 Kartu Bimbingan.....	90
Lampiran 9 Surat Bebas Plagiasi.....	91
Lampiran 10 Surat Endorsement Letter	92
Lampiran 11 Surat Keterangan Bebas Pinjam.....	93
Lampiran 12 Surat Serah Simpan.....	94
Lampiran 13 Persetujuan Perbaikan Skripsi.....	95
Lampiran 14 Daftar Pembaikan Skripsi	96