

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG DI
SAFWA CAFE DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI

Oleh
JAMRUDIN AL FARHAN
NIM: G03219018



**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya, Jamrudin Al Farhan, Nim: G03219018, Menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri yang jujur dan sebenar-benarnya, bukan hasil karya orang lain, juga bukan hasil penelitian orang lain atau plagiarisme dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mencapai keberhasilan akademik, baik di UIN Sunan Ampel Surabaya maupun sekolah tinggi lainnya.
2. Skripsi ini tidak memasukkan pendapat atau karya yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain. Kecuali dalam kasus tertentu, semua referensi yang dibuat dalam bentuk tertulis harus mencantumkan nama pengarang dan daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan benar, dan jika terbukti salah atau tidak benar, saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar saya karena menulis skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan peraturan dan standar UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 28 April 2026



Jamrudin Al Farhan

NIM: G03219018

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 5 Juni 2024

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing I



Hanafi Adi Putranto S.Si. SE. M.Si
NIP. 198209052015031002

Dosen Pembimbing II



Muchammad Saifuddin, M.SM.
NIP. 1986031332019031071

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN, DAN PRODUK TERHADAP
MINAT BELI ULANG DI SAFWA CAFE DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI MINAT BELI ULANG

Oleh:

Jamrudin Al Farhan

NIM: G03219018

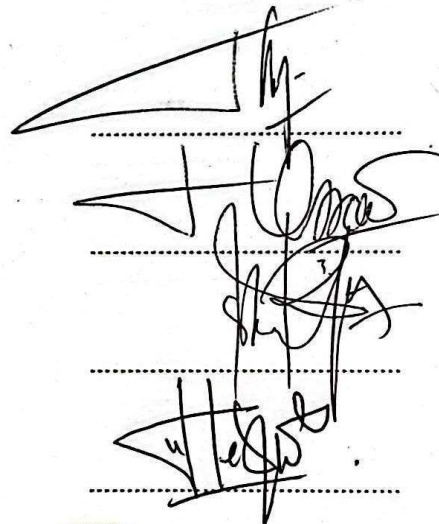
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Tanggal 9 Juli 2025 dan dinyatakan
memenuhi syarat untuk

Diterima

Susunan Dewan Penguji

1. Hanafi Adi, S.Si, SE, M.Si.
NIP. 198209052015031002
(Penguji 1)
2. Muchammad Saifudin, M.SM.
NIP. 198603132019031011
(Penguji 2)
3. Riska Ayu Setiawati, S.E., M.SM
NIP. 199305032019032020
(Penguji 3)
4. Helmina Ardyanfitri, S.M., M.M
NIP. 199407282019032025
(Penguji 4)

Tanda Tangan





Srijul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : JAMRUDIN AL FARHAN
NIM : G03219018
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Manajemen
E-mail address : jamrudinalfarhan0910@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG DI SAFWA CAFE DENGAN
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 APRIL 2026

Penulis



(JAMRUDIN AL FARHAN)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis pengaruh brand image, kualitas pelayanan, kualitas produk terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang berasal dari kuesioner dengan skala pengukuran 1-10. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling diperoleh jumlah sampel sebanyak 199 responden konsumen Safwa Cafe di Kota Surabaya. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis Structural Equation Modelling (SEM) yang berbasis varian yaitu Partial Least Square (PLS) versi 3.2.9. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertama, brand image tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, kedua, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, ketiga, kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, keempat, brand image berpengaruh terhadap minat beli ulang, kelima, kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang, keenam kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang, ketujuh, kepuasan konsumen berpengaruh terhadap minat beli ulang, kedelapan, kepuasan konsumen tidak mampu memediasi hubungan antara brand image terhadap minat beli ulang, kepuasan konsumen tidak mampu memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang, kepuasan konsumen tidak mampu memediasi hubungan antara kualitas produk terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci : brand image, kualitas pelayanan, kualitas produk, minat beli ulang, kepuasan konsumen safwa cafe.

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of brand image, service quality, product quality on repurchase intention with consumer satisfaction as a mediating variable. This type of research is quantitative research. The type of data used is primary data derived from a questionnaire with a measurement scale of 1-10. The sampling technique used purposive sampling obtained a sample of 199 consumer respondents of Safwa Cafe in Surabaya City. The collected data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) analysis based on variants, namely Partial Least Square (PLS) version 3.2.9. The results of this study indicate that first, brand image does not affect consumer satisfaction, second, service quality affects consumer satisfaction, third, product quality affects consumer satisfaction, fourth, brand image affects repurchase intention, fifth, service quality does not affect repurchase intention, sixth, product quality affects repurchase intention, seventh, consumer satisfaction affects repurchase intention, eighth, consumer satisfaction is unable to mediate the relationship between brand image and repurchase intention, consumer satisfaction is unable to mediate the relationship between service quality and repurchase intention, consumer satisfaction is unable to mediate the relationship between product quality and repurchase intention.

Keywords: brand image, service quality, product quality, repurchase intention, customer satisfaction at Safwa Cafe.

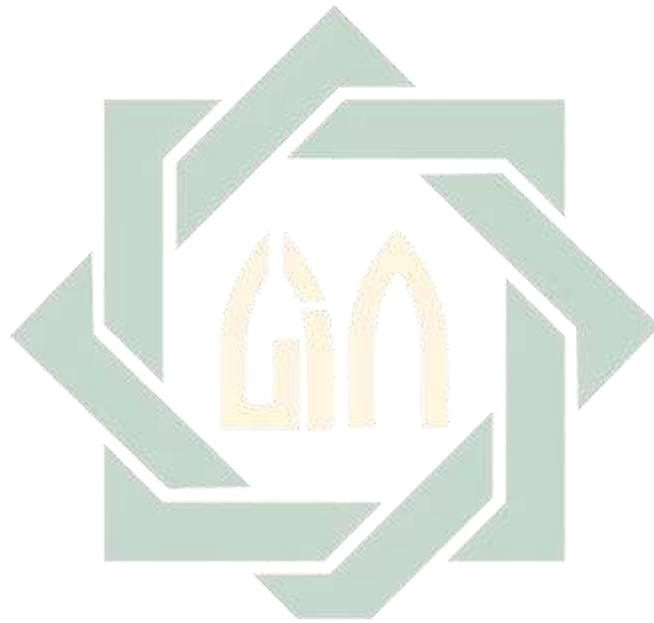
DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II.....	13
LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Brand Image	13
2.1.1 Pengertian Brand Image.....	13
2.1.2. Indikator Brand Image	15

2.2. Kualitas Pelayanan	15
2.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	15
2.2.2. Prinsip – Prinsip Kualitas Kualitas Pelayanan	16
2.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan	20
2.3 Kualitas Produk	20
2.3.1. Pengertian Kualitas Produk	20
2.3.2 Tujuan Produk	21
2.3.3. Indikator Kualitas Produk	22
2.4. Minat Beli Ulang	23
2.4.1. Pengertian Minat Beli Ulang	23
2.5 Penelitian Terdahulu	24
2.6 Kerangka Konseptual	28
2.7 Hipotesis	30
BAB III	32
METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	32
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.4 Variabel Penelitian	34
3.4.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)	34

3.4.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	34
3.4.3 Variabel Mediasi (Variabel Perantara).....	35
3.5 Definisi Operasional.....	35
3.6 Data dan Sumber Data	36
3.6.1 Jenis Data	36
3.6.2 Sumber Data.....	37
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.8 Teknik Analisis Data.....	38
3.8.1 Analisis Outer Model	39
3.8.2 Analisis Inner Model.....	41
3.8.3 Uji Hipotesis	42
BAB IV	43
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	43
4.1.1 Sejarah Safwa Cafe	43
4.1.2 Visi dan Misi Safwa Cafe	43
4.2 Karakteristik Responden	43
4.2.1 Karakteristik Responden	44
4.2.2 Hasil Jawaban Responden.....	46
4.3 Analisis Data	50

4.3.1 Model Pengukuran (Outer Model)	52
4.3.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	57
4.4 Pembahasan.....	64
4.4.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen.....	65
4.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	66
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	67
4.4.4 Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang	69
4.4.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang	70
4.4.6 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	72
4.4.7 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang	73
4.4.8 Pengaruh Kepuasan Konsumen Dalam Memediasi Hubungan Antara Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang.....	75
4.4.9 Pengaruh Kepuasan Konsumen Dalam Memediasi Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang.....	77
4.4.10 Pengaruh Kepuasan Konsumen Dalam Memediasi Hubungan Antara Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	78
BAB V.....	81
PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran.....	82



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 4. 1 Model Struktual.....	51
Gambar 4. 2 Output Calculate Algorithm.....	53
Gambar 4. 3 Hasil Output Boostraping.....	60



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	35
Tabel 4. 1 Hasil Perolehan Kuisisioner	44
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden	44
Tabel 4. 3 Hasil Responden Brand Image	46
Tabel 4. 4 Hasil Responden Kualitas Pelayanan	47
Tabel 4. 5 Hasil Responden Kualitas Produk	48
Tabel 4. 6 Hasil Responden Kepuasan Konsumen	49
Tabel 4. 7 Hasil Responden Minat Beli Ulang	50
Tabel 4. 8 Uji Validitas Konvergen	54
Tabel 4. 9 Uji Validitas Diskriminan	55
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas	56
Tabel 4. 11 Uji Reliability	57
Tabel 4. 12 Uji Hipotesis	59
Tabel 4. 13 Spesific Indirect Effect	62

Sehingga dapat menghasilkan rumusan baru serta berfariasi agar memperoleh relasi baru dengan melakukan perkembangan terhadap ilmu baru dalam bidang manajemen pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, and David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Andi Riyanto. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Kepuasan Pelanggan*, 10–27.
- Arshita Rahayu, Sekar Wangi. 2022. “Pengaruh Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Makeover Di Kota Magelang,” 14–93.
- Berry, Zeithaml, and Parasuraman. 1988. *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*.
- Christina Roos, Ety, Siahaan julia mahdalena, and Sinaga Yolanda Vrentina. 2020. “Jurnal Teknologi , Kesehatan Dan Ilmu Jurnal Teknologi , Kesehatan Dan Ilmu.” *Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial 2* (2): 11–19.
- D. R. Rivano, M. Trianita, and R. Yuliviona. 2020. ““PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING” 17, n.
- Daniar Pramita, R Wijayanti, Noviansyah Rizal, and R Bahtiar Sulistyan. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widya Gama Press.
- Fandy, and Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Ferdinand, A. 2002. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Edisiketig. Semarang: FakultasEkonomi UNDIP.
- . 2022. “Metode Penelitian Manajemen.” *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hardiani, et. al. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Cetakan Pe. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Harrison, N W, J L Eshleman, Royal Sussex, County Hospital, Kilimanjaro

- Christian, and Medical Centre. 1995. "Ethical Issues In," 93–96.
- Heizer, J., B. Render, and C. Munson. 2023. "Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management (14th Ed.)." *Pearson Education*.
- Juliana, Juliana, and Johan Johan. 2020. "Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening Dalam Memilih Universitas." *Journal of Business and Banking* 9 (2): 229. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.1978>.
- Keller, K. L., and V. Swaminathan. 2020. "Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity." *Pearson Education*.
- Kinney, Thomas C, Taylor, and James R. 1995. *Riset Pemasaran*. Edisi Tiga. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, and Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi kedua. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, and Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
———. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., and G. Armstrong. 2021. "Principles of Marketing (18th Global Edition)." *Pearson Education*.
———. 2023. "Principles of Marketing (19th Ed.)." *Pearson Education*.
- Kotler, P., and K. L Keller. 2021. *Marketing Management (16th Global Edition)*.
———. 2023. "MARKETING MANAGEMENT." In *Pearson Education*.
- Kotler, and Philip. 1995. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
———. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mile. Jakarta: Penerbit indeks.
- Kotler, Philip, and Karen F.A. Fox. 1995. *Strategic Marketing for Educational Institutions 2nd Editions*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Kurriwati, Nirma. 2003. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen." *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi Vertura*, no. 2: 1–124.
- Lestari Budi, and Novitaningtyas Ivo. 2021. "Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Coffeeville-Oishi Pan Magelang." *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* 2.
- Lin, Yi Hsin, Feng Jyh Lin, and Kuo Hsiung Wang. 2021. "The Effect of Social Mission on Service Quality and Brand Image." *Journal of Business Research* 132 (October): 744–52. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.054>.

- Lupiyoadi, R. 2021. "Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi." *Salemba Empat*.
- Meita Sari, Ni Komang, and Gede Sri Darma. 2022. "Website Quality, Brand Image, Brand Trust, Repurchase Intentions, and Customer Satisfaction" 19 (2): 260–83.
- MPOC, lia dwi jayanti, and Jennifer Brier. 2020. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRAB DI KECAMATAN SEBERANG ULU II PALEMBANG." *Malaysian Palm Oil Council (MPOC)* 21 (1): 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203%0Ahttp://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/>.
- Nita, Dian. 2020. "PENGARUH KOMUNIKASI, DISIPLIN DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN BAGIAN PRODUKSI PT. EXTRUPACK BEKASI BARAT." Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Nurfadillah Ismail. 2025. "PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PADA KAFE SEGELAS KOPI DI KOTA PALOPO."
- Octaviana, Rizky Ayu, and Hartanti Nugrahaningsih. 2018. "Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membeli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt. Meratus Line Jakarta)." *Jurnal Online Internasional & Nasional* 6 (2): 57–72.
- Oentoro, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Samsul Arifin Dan, Basrah Saidani. 2012. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market*. Vol. 3, No. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI).
- Sari, and Indriani. 2023a. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang." *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* 20 (1).
- Sari, N., and F Indriani. 2023b. "Analisis Strategi Retensi Pelanggan Pada Industri Food & Beverage." *Jurnal Manajemen Terapan*.
- Simamora, and Henry. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung:

Alphabet.

- Sundalangi, Marchelyno, Silvy L. Mandey, and Rotinsulu Jopie Jorie. 2014. "Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado." *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 2 (1): 313–24.
- Susanti, Ari, and Laili Kumrotin Evi. 2021. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE KO.WE.COK DI SOLO." *Jurnal Manajemen Indonesia* 6.
- Tariq, and Qureshi. 2023. "Impact of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction and Re-Purchase Intentions: A Study of the Hospitality Industry." *International Journal of Business and Management Review* 11(4).
- Tjiptono, F., and A. Diana. 2022. "Pemasaran: Prinsip, Penerapan, Dan Sejarah." *Andi Offset*.
- Triyoko, Triyoko. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Kedai Yoko." *Jurnal Daya Saing* 8 (1): 56–61. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v8i1.818>.
- Yudistira, Bintang Adi, Imam Sukwatus Suja'i, and Tutut Suryaningsih. 2025. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Di Kafe Kala Kenayan Tulungagung." *Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi* Volume 2.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A