



**PENGARUH *BRAND ASSOCIATION* TERHADAP  
*REPURCHASE INTENTION* MELALUI *CUSTOMER*  
*SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA  
KONSUMEN CAFE MOCITEA TEGALSARI SRAGEN**

**Skripsi**

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1  
Departemen Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**Disusun oleh :**

**Putri Puspita Sari**

**14030120130144**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2024**



SURAT PERNYATAAN

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Association* Terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Cafe Mocitea Tegalsari Sragen

Nama Penyusun : Putri Puspita Sari

Departemen : S1-Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan penelitian Strata 1 pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 13 Juni 2024

Dekan

Wakil Dekan I

Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin  
NIP. 19690822 199403 1 003

Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin  
NIP. 19690822 199403 1 003

**Dosen Pembimbing**

1. Prof. Dr. Drs. Ngatno, M.M.
2. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si.

(.....)

(.....)

**Dosen Penguji Skripsi**

1. Agung Budiarmo, S.Sos., M.M.
2. Prof. Dr. Drs. Ngatno, M.M.
3. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si.

(.....)

(.....)

(.....)

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

*“ So, surely with hardship comes ease ”*

*“ Surely with ‘ that ’ hardship comes ‘ more ’ ease ”*

-Q.S. Al-Insyirah: 5-6

### PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas Rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tidak lupa skripsi ini saya persembahkan untuk:

- Saya sendiri, yang telah melewati perjalanan perkuliahan dan penulisan skripsi hingga saat ini.
- Keluarga saya, terutama kedua kakak saya yang sudah mendukung secara moril dan materiil.
- Prof. Dr. Drs. Ngatno, M.M. dan Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si. selaku dosen pembimbing saya dalam menyelesaikan skripsi.
- Teman baik saya; Anisa, Rany, Novia, Maretha, Nisa, Anjani, Sekar, Salsa, Vivi, Diah dan yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah senantiasa dapat diandalkan ketika saya membutuhkan dan atas seluruh dukungan yang tiada henti.

**PENGARUH *BRAND ASSOCIATION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*  
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
PADA KONSUMEN CAFE MOCITEA TEGALSARI SRAGEN**

**ABSTRAK**

Pasar industri *food and beverage* merupakan salah satu industri yang memiliki persaingan pasar yang cukup ketat. *Trend* yang muncul setiap saat dan berubah-ubah yang beredar di kalangan masyarakat membuat produsen harus terus melakukan inovasi agar merek atau *brand* mereka dapat bertahan di pasar, termasuk mengenai *trend* pada sektor *food & beverage*. Salah satu dari usaha-usaha tersebut adalah gerai Mocitea Tegalsari Sragen. Berdasarkan data yang ada, terjadinya penurunan omzet Mocitea Tegalsari Sragen dalam beberapa tahun terakhir. Permasalahan ini kemungkinan terkait dengan evaluasi atas *brand association* dan *customer satisfactiomnya*. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand*

*association* terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel intervening pada konsumen Mocitea Tegalsari Sragen.

Tipe penelitian ini adalah *explanatory research* menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling* dan *accidental sampling* serta sampel berjumlah 100 responden. Data diolah menggunakan program aplikasi SPSS 25 (Statistical Programme Social Science) yang digunakan untuk analisis uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana, uji t dan uji mediasi PROCESS MACRO A.F Hayes.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand association* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Adapun *brand association* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*. Sementara itu, *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, dan *brand association* melalui *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *repurchase intention*.

Saran yang dapat diberikan kepada Mocitea Tegalsari Sragen adalah agar dapat melakukan inovasi mengenai kemasan produk mereka agar dapat lebih menarik minat konsumen, menentukan strategi baru agar konsumen mereka tetap bertahan pada Mocitea Tegalsari Sragen serta mengikuti kegiatan-kegiatan yang menjangkau banyak daerah dan konsumen.

Kata kunci : *Brand Association, Customer Satisfaction, Repurchase Intention*

### ***THE INFLUENCE OF BRAND ASSOCIATION ON REPURCHASE INTENTION THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE IN MOCITEA TEGALSARI SRAGEN CONSUMERS***

#### ***ABSTRACT***

*The food and beverage industry market is an industry that has quite tight market competition. Trends that emerge all the time and change in society mean that producers must continue to innovate so that their brands can survive in the market, including trends in the food & beverage sector. One of these businesses is the Mocitea Tegalsari Sragen outlet. Based on existing data, there has been a decline in Mocitea Tegalsari Sragen's turnover in recent years. This problem is likely related to the evaluation of brand associations and customer satisfaction. Therefore, this research aims to determine the influence of brand associations on repurchase intentions through customer satisfaction as an intervening variable for Mocitea Tegalsari Sragen consumers.*

*This type of research is explanatory research using nonprobability sampling with purposive sampling and accidental sampling methods with a total of 100 respondents. Data were processed using the SPSS 25 (Statistical Program Social Science) application program which was used for analysis of validity tests, reliability tests, correlation coefficients, coefficients of determination, simple linear regression, t tests and PROCESS MACRO A.F. Hayes mediation tests.*

*The research results show that brand associations have a positive and significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, brand association has a positive and significant influence on repurchase intention. Meanwhile, customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intention, and brand association through customer satisfaction has an effect on repurchase intention.*

*Suggestions that can be given to Mocitea Tegalsari Sragen are to be able to innovate regarding their product packaging so that it can attract more consumer interest, determine new strategies so that their consumers remain with Mocitea Tegalsari Sragen and take part in activities that reach many regions and consumers.*

*Keywords: Brand Association, Customer Satisfaction, Repurchase Intention*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas nikmat dan anugerahnya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Brand Association Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Café Mocitea Tegalsari Sragen” sebagai salah satu syarat untuk memenuhi Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro. Skripsi ini tidak dapat selesai tanpa bantuan pihak-pihak yang ada di sekitar penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Drs. Teguh Yuwono., M.Pol. Admin selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
2. Dr. Hari Susanta Nugraha, S.Sos., M. Si. selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M. Si. Selaku Ketua Program Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

4. Prof. Ngatno, M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi.
5. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi.
6. Agung Budiarmo, S.Sos., M.M selaku dosen penguji sekaligus dosen wali yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.
7. Seluruh dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
8. Seluruh responden atas kesediaannya dalam mengisi kuesioner penelitian.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. harapannya, skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Semarang, 13 Juni 2024

Penulis

Putri Puspita Sari

14030120130144

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI).....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	3
ABSTRAK.....	4
<i>ABSTRACT</i> .....	5
KATA PENGANTAR .....	6
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR GAMBAR .....	10
DAFTAR TABEL .....	11
BAB I.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PENDAHULUAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5 Kerangka Teori.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.1 Perilaku Konsumen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.2 Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.3 <i>Repurchase Intention</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.4 <i>Brand Equity</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.5 <i>Brand Association</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.6 Brand .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.7 <i>Customer Satisfaction</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.6 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.7 Pengaruh Antar Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.7.1 Pengaruh <i>Brand Association</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.7.2 Pengaruh <i>Brand Association</i> dan <i>Repurchase Intention</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.7.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Repurchase Intention</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.7.4 Pengaruh <i>Brand Association</i> dan <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.8 Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9 Definisi Konseptual .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



1.9.1 <i>Brand Association</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.2 <i>Customer Satisfaction</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.3 Repurchase Intention .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10 Definisi Operasional .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.1 <i>Brand Association</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.2 <i>Customer Satisfaction</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.3 <i>Repurchase Intention</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11 Metode Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.1 Tipe Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.2 Populasi dan Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.4 Jenis dan Sumber Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.5 Skala Pengukuran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.6 Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.7 Teknik Pengolahan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.8 Instrumen Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.9 Teknik Analisis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB II.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
GAMBARAN UMUM MOCITEA TEGALSARI SRAGEN DAN IDENTITAS RESPONDEN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Sejarah Mocitea Tegalsari Sragen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.1 Visi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.2 Misi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Logo Mocitea Tegalsari Sragen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Menu Mocitea Tegalsari Sragen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4 Lokasi Mocitea Tegalsari Sragen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5 Hari Kerja.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.6 Identitas Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.6.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.6.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.6.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.6.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.6.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

PENGARUH *BRAND ASSOCIATION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN MOCITEA TEGALSARI SRAGEN ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.1 Penyajian Validitas dan Reliabilitas ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.1.1 Uji Validitas ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.1.2 Uji Reliabilitas ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.2 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.2.1 Persepsi Responden terhadap Variabel *Brand Association* (X) **Error! Bookmark not defined.**

3.2.2 Persepsi Responden terhadap Variabel *Repurchase Intention* (Y) **Error! Bookmark not defined.**

3.2.3 Persepsi Responden terhadap Variabel *Customer Satisfaction* (Z) **Error! Bookmark not defined.**

3.3 Analisis Data ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.3.1 Pengaruh *Brand Association* (X) Terhadap *Customer Satisfaction* (Z) **Error! Bookmark not defined.**

3.3.2 Pengaruh *Brand Association* (X) Terhadap *Repurchase Intention* (Y) **Error! Bookmark not defined.**

3.3.3 Pengaruh *Customer Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* **Error! Bookmark not defined.**

3.3.4 Pengaruh *Brand Association* Terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.4 Pembahasan ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.4.1 Pengaruh *Brand Association* terhadap *Customer Satisfaction* **Error! Bookmark not defined.**

3.4.2 Pengaruh *Brand Association* terhadap *Repurchase Intention* **Error! Bookmark not defined.**

3.4.3 Pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention* **Error! Bookmark not defined.**

3.4.4 Pengaruh *Brand Association* Terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening ..... **Error! Bookmark not defined.**

BAB IV ..... **Error! Bookmark not defined.**

PENUTUP ..... **Error! Bookmark not defined.**

4.1 Kesimpulan ..... **Error! Bookmark not defined.**

4.2 Saran ..... **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA ..... **Error! Bookmark not defined.**

LAMPIRAN ..... **Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Ulasan Konsumen Mocitea Tegalsari Sragen....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.2 Model Perilaku Konsumen EKB.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.3 Model Hipotesis Penelitian .....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.4 Kurva Uji t (One Tail) .....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 1 Logo Mocitea Tegalsari Sragen.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 2 Lokasi Mocitea Tegalsari Sragen .....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 1 Hasil uji t Brand Association Terhadap Customer Satisfaction.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 2 Hasil uji t Brand Association Terhadap Repurchase Intention**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 3 Hasil uji t Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention**Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 1 Menu Minuman Mocitea Tegalsari Sragen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 2 Menu Makanan Mocitea Tegalsari Sragen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 3 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 4 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 6 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 7 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Association.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Repurchase Intention.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Customer Satisfaction.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 5 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Brand Association.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 6 Kategorisasi Variabel Brand Association.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 7 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Repurchase Intention.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 8 Kategorisasi Variabel Repurchase Intention.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 9 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Customer Satisfaction.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 10 Kategorisasi Variabel Customer Satisfaction.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 11 Hasil Koefisien Korelasi (r) Brand Association Terhadap Customer Satisfaction .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 12 Hasil Koefisien Determinasi Brand Association Terhadap Customer Satisfaction .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.13 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Brand Association Terhadap Customer Satisfaction.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.14 Hasil Koefisien Korelasi (r) Brand Association Terhadap Repurchase Intention .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.15 Hasil Koefisien Determinasi Brand Association Terhadap Repurchase Intention .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 16 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Brand Association Terhadap Repurchase Intention .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.17 Hasil Koefisien Korelasi (r) Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.18 Hasil Koefisien Determinasi Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 19 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 20 Output Uji Brand Variabel Brand Association Terhadap Customer Satisfaction .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Tabel 3. 21 Output Uji Brand Variabel Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention  
..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 22 Output Uji Mediasi Variabel Brand Association Terhadap Repurchase Intention  
..... **Error! Bookmark not defined.**