

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
PADA “FAMICAFF” SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar Sarjana Manajemen



Diajukan Oleh:

HENRICO PRIARDI ATMAJA

NPM: 22420146

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2026

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
PADA “FAMICAFE” SURABAYA**

Diajukan Oleh:

Henrico Priardi Atmaja

NPM: 22420146

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA BAIK OLEH

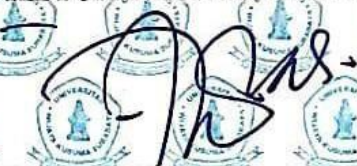
DOSEN PEMBIMBING



Dr. Titik Inayati, SE., MM

Tanggal, 30 Juni 2026

KETUA PROGRAM STUDI



Dwi Indah Mustikorini, SE., MM

Tanggal, 30 Juni 2026

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
PADA “FAMICAFFEE” SURABAYA**

Diajukan Oleh:

Henrico Priardi Atmaja

NPM: 22420146

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



Dr. Titik Inayati, SE., MM

Anggota Dewan Penguji



Dr. Adrianto Trimarjono, SE. MM.



Husni Indrawati Wijaya Putri, SE., MM.

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen**

Tanggal: 21 Juli 2026



Dwi Indah Mustikorini, SE, MM.

Ketua Program Studi

ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah skripsi saya tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh akademik dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama skripsi dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai undang-undang yang berlaku.

Surabaya, 21 Juli 2026

Yang membuat pernyataan



Henrico Priardi Atmaja

22420146

KATA PENGANTAR

Dengan segala puja dan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkatnya sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA FAMICAFE SURABAYA”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasihat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, M.Si selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Dra. Ec. Pratiwi Dwi Karjati, M. M, CRA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dwi Indah Mustikorini, SE., MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Ibu Dr. Titik Inayati, SE., MM Selaku dosen pembimbing yang telah menyempatkan waktu, tenaga, dan pikiran serta sabar memberikan masukan, kritik, dan saran sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu bermanfaat kepada saya selaku penulis selama menuntut ilmu di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
6. Seluruh karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Kedua orang tua saya yang sudah memberikan dukungan mental dan finansial selama menuntut ilmu di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
8. Diri saya sendiri, yang telah berusaha dengan penuh kesungguhan, tetap bertahan dalam berbagai proses dan tantangan, serta senantiasa menjaga semangat hingga mampu berada dan menyelesaikan studi pada titik ini.
9. Kakak saya yang sudah membantu pengerjaan penulisan skripsi.
10. Para responden yang sudah membantu mengisi kuesioner demi keberlanjutan penelitian.
11. Teman-teman saya terutama Zefanya, Mey Chel Zen, Remy, Java, Gilbrand, dan teman-teman lain yang tidak sempat disebut namanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan pada Famicafe Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif terhadap 100 responden menggunakan analisis SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap minat beli ulang, namun kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Selain itu, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, di mana kepuasan pelanggan terbukti berperan sebagai mediator penuh yang menghubungkan kualitas produk terhadap minat beli ulang serta sebagai mediator pada hubungan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang. Temuan ini menegaskan bahwa untuk menciptakan loyalitas di Famicafe Surabaya, keunggulan produk dan layanan harus mampu dikonversi menjadi rasa puas dalam diri konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality and service quality on repurchase intention through customer satisfaction at Famicafe Surabaya. This study employs a quantitative approach involving 100 respondents using SEM-PLS analysis. The results indicate that product quality does not have a significant direct effect on repurchase intention. However, service quality and customer satisfaction were found to have a positive and significant influence on repurchase intention. Furthermore, product quality and service quality significantly influence customer satisfaction, where customer satisfaction acts as a full mediator linking product quality to repurchase intention and as a mediator in the relationship between service quality and repurchase intention. These findings confirm that to foster loyalty at Famicafe Surabaya, product and service excellence must be effectively translated into customer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction, Repurchase Intention

DAFTAR ISI

ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Skripsi	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2 Kualitas Produk.....	11
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk	11
2.1.2.2 Indikator Kualitas Produk	12
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	13
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	13
2.1.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	16
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	16
2.1.4.2 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	16
2.1.5 Minat Beli Ulang	17

2.1.5.1 Pengertian Minat Beli Ulang.....	17
2.1.5.2 Indikator Minat Beli Ulang.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	25
2.3.1 Kualitas Produk dengan Minat Beli Ulang.....	25
2.3.2 Kualitas Pelayanan dengan Minat Beli Ulang.....	26
2.3.3 Kepuasan Pelanggan dengan Minat Beli Ulang.....	27
2.3.4 Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan.....	28
2.3.5 Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan.....	29
2.3.6 Kualitas Produk dengan Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi.....	30
2.3.7 Kualitas Pelayanan dengan Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi.....	31
2.4 Kerangka Konseptual.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Pendekatan Penelitian.....	35
3.2 Populasi dan Sampel.....	35
3.2.1 Populasi.....	35
3.2.2 Sampel.....	36
3.3 Identifikasi Variabel.....	37
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
3.4.1 Kualitas Produk (X1).....	38
3.4.2 Kualitas Pelayanan (X2).....	39
3.4.3 Kepuasan Pelanggan (Z).....	39
3.4.4 Minat Beli Ulang (Y).....	40
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	41
3.5.1 Jenis Data.....	41
3.5.2 Sumber Data.....	42
3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....	43
3.6.1 Survey Pendahuluan.....	43

3.6.2 Kuesioner	44
3.7 Teknik Analisis Data	44
3.7.1 Analisis Model Luar (Outer Model).....	45
3.7.2 Analisis Model Dalam (Inner Model)	46
3.7.3 Uji Hipotesis.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambar Objek Penelitian.....	47
4.1.1 Gambaran Umum dan Sejarah FamiCafe	47
4.2 Hasil Penelitian	48
4.2.1 Karakteristik Responden	48
4.3 Jawaban Responden Variabel.....	50
4.3.1 Kualitas Produk (X1).....	50
4.3.2 Kualitas Pelayanan (X2).....	51
4.3.3 Kepuasan Pelanggan (Z)	52
4.3.4 Minat Beli Ulang (Y)	53
4.4 Analisis Data	54
4.4.1 Uji Outer Model.....	54
4.4.2 Convergent Validity	55
4.4.3 Discriminant Validity	57
4.4.4 Uji Reliabilitas Konstruk.....	60
4.4.5 Uji Inner Model.....	62
4.4.6 Path Coefficient	62
4.4.7 Koefisien Determinasi (R-Square)	63
4.4.8 Predictive Relevance (Q^2)	64
4.4.9 Goodness of Fit	65
4.4.10 Uji Hipotesis.....	66
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	69
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang	69
4.5.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang	70
4.5.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang.....	70

4.5.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	71
4.5.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	71
4.5.6 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi.....	72
4.5.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi.....	73
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Simpulan	73
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	74
5.3 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penurunan Rata-Rata Transaksi Harian Famicafe Surabaya (2025)..	3
Tabel 1.2 Hasil Pra-Survei Minat Beli Ulang Pelanggan Famicafe Surabaya (2025)	4
Tabel 1.3 Identifikasi Keluhan Pelanggan.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	50
Tabel 4.4 Responden Variabel Kualitas Produk.....	51
Tabel 4.5 Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	52
Tabel 4.6 Responden Variabel Kepuasan Pelanggan	53
Tabel 4.7 Responden Variabel Minat Beli Ulang	54
Tabel 4.8 Hasil Loading Factor	56
Tabel 4.9 Avarage Variance Extracted	57
Tabel 4.10 Cross loading.....	58
Tabel 4.11 Fornell-Larcker Criterion	59
Tabel 4.12 Nilai Cronbach's Alpha	60
Tabel 4.13 Nilai Composite Reliability	61
Tabel 4.14 Path Coefficient	62
Tabel 4.15 R-Square	63
Tabel 4.16 Q-Square.....	64
Tabel 4.17 Model Fit	65
Tabel 4.18 Hasil Uji Path Coefficient Pengaruh secara Langsung.....	66
Tabel 4.19 Hasil Uji Path Coefficient Pengaruh Tidak Langsung	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	32
Gambar 4.1 Hasil Outer Model.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner.....	81
Lampiran II Tabulasi Data.....	87
Lampiran III Outer Model.....	99
Lampiran IV Inner Model.....	102