

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN**

(Studi Kasus Pada Pelanggan Carrot Coffee Surabaya)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen**



Diajukan Oleh:

OLIVIA MAULAN ANGGRAINI

NPM : 18420132

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2022

SURAT PERNYATAAN BEBAS LAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : **Olivia Maulan Anggraini**

NPM : **18420132**

Alamat : **Jl. Simo Kwagean Kuburan 3114**

Program Studi : **Manajemen**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang melalui Kepuasan pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Carrot Coffee Surabaya)."

Adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar. Maka saya bersedia menerima sanksi dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Surabaya, **17 Februari** 2021

Yang membuat pernyataan,



Olivia Maulan Anggraini
NPM : 18420132

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN**

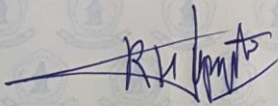
(Studi Kasus Pada Pelanggan Carrot Coffee Surabaya)

Diajukan Oleh :

OLIVIA MAULAN ANGGRAINI
NPM : 18420132

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING



Drs. Ec Redy Eko Hari Suprpto, MM

Tanggal, 28-12-2022

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Kristiningsih, SE, M.Si

Tanggal, 10-07-2022

LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN

(Studi Kasus Pada Pelanggan Carrot Coffee Surabaya)

Diajukan Oleh :

OLIVIA MAULAN ANGGRAINI
NPM : 18420132

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing



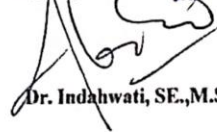
Drs. Ec Redy Eko Hari Suprpto, MM

Ketua Dewan Penguji



Evianah, SE., M.Si

Anggota Dewan Penguji Lain



Dr. Indahwati, SE., M.Si

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

Tanggal, 10 - 02 - 2022



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si
NIK/NIP. 98283 - ET
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Adapun judul skripsi ini adalah “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Carrot Coffee Surabaya)” .

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena mungkin terdapat kesalahan maupun kekurangan baik mengenai teknik penulisan maupun materi pembahasannya, yang semuanya tidak lepas dari keterbatasan kemampuan serta pengetahuan penulis. Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati, penulis membuka untuk menerima saran dan kritik dari semua pihak yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis berusaha untuk menyajikan dan menampilkan sebaik mungkin, namun penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari semua pihak, skripsi ini tidak akan selesai. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih tak terhingga kepada :

1. Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr.Sp. THT-KL (K) FICS, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec Redy Eko Hari Suprpto, MM selaku Dosen Pembimbing, terima kasih telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis serta selalu sabar untuk memberikan petunjuk, arahan, saran, dan masukan dalam penyelesaian Skripsi ini.

4. Ibu Maqbula Arochman, SE., M.Ak selaku Dosen Wali, terima kasih atas saran dan masukan yang diberikan terhadap penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Semua Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, terima kasih atas kesabaran dan ilmu yang telah diberikan.
6. Orang tua tercinta Bapak Setyo Budi dan Ibu Yeni Widy Hardjanti telah menjadi orang tua terbaik, mendukung pelaksanaan studi saya hingga selesai, selalu mengingatkan dan memberikan semangat selama saya mengerjakan skripsi sampai skripsi saya selesai.
7. Kakak saya Enggar Herlina, Adik saya Alga Zediansyah dan Saudara saya Ariesta Cahyani yang telah memberikan semangat dalam penyelesaian studi saya.
8. Venia Miranda Pratiwi, Angga Prasmadhi, Arjuna Daniel, Larasati Fitri Enggaringtyas yang telah berjuang bersama-sama dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi.
9. Tidak lupa dengan 7 kekasih saya yaitu member BTS Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook yang selalu ada dan memberi semangat disaat saya menyelesaikan skripsi.
10. Rekan kerja saya Jennifer, Eva, Dwi, Tarra, Aisyah yang selalu memberi nasihat, saran dan semangat saya untuk menyelesaikan skripsi saya.
11. Semua karyawan atau penjaga perpustakaan Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, terima kasih telah menyediakan literature baik untuk penulis maupun untuk semua mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan limpahan rahmat dan membalas budi baik mereka atas segala jasa dan kebaikannya serta bantuan yang diberikan kepada penulis. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, baik sebagai tambahan pengetahuan,

maupun untuk penelitian selanjutnya.

Surabaya, Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS LAGIASI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1

1.2	Rumusan Masalah	9
1.3	Tujuan Penelitian.....	10
1.4	Manfaat Penelitian	12
1.5	Sistematika Penulisan	12
BAB II TELAAH PUSTAKA		14
2.1	Landasan Teori	14
2.1.1	Pemasaran	14
2.1.2	Konsep Pemasaran	14
2.1.3	Manajemen Pemasaran	14
2.1.4	Perilaku Konsumen.....	15
2.1.4.1	Pengertian Perilaku Konsumen.....	15
2.1.5	Kualitas Produk	15
2.1.5.1	Pengertian Kualitas Produk	15
2.1.5.2	Klasifikasi Produk	16
2.1.5.3	Prespektif Terhadap Kualitas Produk.....	18
2.1.5.4	Indikator Kualitas Produk	20
2.1.6	Harga	21
2.1.6.1	Pengertian Harga	21
2.1.6.2	Tujuan Penetapan Harga	21
2.1.6.3	Faktor Pertimbangan dalam Penetapan Harga	22
2.1.6.4	Indikator Harga	25
2.1.7	Kualitas Pelayanan	27
2.1.7.1	Pengertian Kualitas Pelayanan	27
2.1.7.2	Kriteria Kualitas Pelayanan	27
2.1.7.3	Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan	29
2.1.7.4	Indikator Kualitas Pelayanan	31
2.1.8	Minat Beli Ulang	32
2.1.8.1	Pengertian Minat Beli Ulang	32
2.1.8.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang	33
2.1.8.3	Indikator Minat Beli Ulang.....	34

2.1.9 Kepuasan Pelanggan	35
2.1.9.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	35
2.1.9.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan	36
2.1.9.3 Tipe-Tipe Kepuasan Pelanggan	36
2.1.9.4 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	37
2.1.9.5 Indikator Kepuasan Pelanggan	38
2.1.10 Hubungan Antar Variabel	39
2.1.10.1 Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan.	39
2.1.10.2 Hubungan Harga Dengan Kepuasan Pelanggan.	40
2.1.10.3 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan.	40
2.1.10.4 Hubungan Kualitas Produk Dengan Minat Beli Ulang	41
2.1.10.5 Hubungan Harga Dengan Minat Beli Ulang.	41
2.1.10.6 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Minat Beli Ulang	42
2.1.10.7 Hubungan Kepuasan Pelanggan Dengan Minat Beli Ulang.	42
2.1.10.8 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening.	42
2.1.10.9 Hubungan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening.....	43
2.1.10.10 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening.	43
2.2 Penelitian Terdahulu.....	44
2.3 Hipotesis dan Model Analisis	46
2.3.1 Hipotesis	46
2.3.2 Model Analisis	48
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Pendekatan Penelitian.....	49
3.2 Populasi dan Sampel	49

3.2.1	Populasi	49
3.2.2	Sampel	49
3.3	Identifikasi Variabel.....	50
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	51
3.5	Jenis dan Sumber Data	53
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	54
3.7	Teknik Analisis.....	54
3.7.1	Uji Validitas	54
3.7.2	Uji Reliabilitas	55
3.7.3	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	55
3.7.4	Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	57
3.7.5	Uji t	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		58
4.1	Hasil Penelitian.....	58
4.1.1	Gambaran Umum Carrot Coffee.....	58
4.1.2	Gambaran Umum Responden.....	59
4.1.2.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.1.2.3	Responden Berdasarkan Usia	59
4.1.2.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.1.2.5	Responden Berdasarkan Volume Berkunjung.....	60
4.2	Deskripsi Variabel.....	61
4.2.1	Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_1).....	62
4.2.2	Deskripsi Variabel Harga (X_2).....	62
4.2.3	Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X_3).....	63
4.2.4	Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	64
4.2.5	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	64
4.3	Teknik Analisis Data	65
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	65
4.3.1.1	Uji Validitas.....	65
4.3.1.2	Uji Reliabilitas	66
4.3.2	Analisis Jalur	67

4.3.2.1 Analisis Jalur Sub-struktur 1	67
4.3.2.2 Pengujian Struktur 2	70
4.3.3 Nilai Analisis Jalur	74
4.3.4 Pengujian Hipotesis	76
4.4 Pembahasan	80
4.4.1 Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan.	80
4.4.2 Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan	81
4.4.3 Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan.	82
4.4.4 Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Beli Ulang	83
4.4.5 Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Beli Ulang.	84
4.4.6 Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Beli Ulang.	85
4.4.7 Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Beli Ulang.	86
4.4.8 Kepuasan Pelanggan Variabel Intervening Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang	86
4.4.9 Kepuasan Pelanggan Variabel Intervening Harga Terhadap Minat Beli Ulang	87
87	
4.4.10 Kepuasan Pelanggan Variabel Intervening Harga Terhadap Minat Beli Ulang	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Simpulan.....	89
5.2 Saran.....	90
5.3 Keterbatasan Penelitian	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN - LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	44
Tabel 4.1 Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Jumlah Responden Menurut Usia	59
Tabel 4.3 Jumlah Responden Menurut Pekerjaan.....	60
Tabel 4.4 Jumlah Responden Menurut Volume Berkunjung.....	60
Tabel 4.5 Kategori Penilaian.....	61
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk (X_1)	62
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Harga (X_2)	63
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Promosi (X_3).....	63
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan (Y).....	64
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (Z)	65
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas.....	66
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Reliabilitas	67
Tabel 4.13 Model Summary	68
Table 4.14 <i>Coefficients</i> Sub-Struktur 1	68
Tabel 4.15 Rangkuman Hasil Koefisien Jalur Sub-struktur 1	69
Tabel 16 Model Summary struktur 2	71
Tabel 4.17 <i>Coefficients</i> Sub-Struktur 2	71
Tabel 4.18 Rangkuman Hasil Koefisien Jalur Sub-struktur 2	72
Tabel 4.19 Rangkuman Hasil Pengaruh Berdasarkan Koefisien Jalur	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis	48
Gambar 3.1 Analisis Jalur.....	56
Gambar 4.1 Diagram Jalur Sub-struktur 1	69
Gambar 4.2 Diagram Jalur Sub-struktur 2	72
Gambar 4.3 Diagram Jalur Keseluruhan Struktur Penelitian	74

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : KUESIONER PENELITIAN

LAMPIRAN 2 : INPUT DATA PENELITIAN

LAMPIRAN 3 : OUTPUT DATA PENELITIAN

LAMPIRAN 4 : HASIL CEK PLAGIASI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan subjek pelanggan Carrort Coffee Surabaya dan data analisis menggunakan analisis kuantitatif dengan teknik analisis menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Data diperoleh dengan teknik *purposive sampling* dan peneliti menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang pernah datang dan melakukan pembelian produk Carrot Coffee Surabaya dan sampel sebanyak 90 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Hasil uji analisis jalur (*path analysis*) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan bukan sebagai variabel *intervening* antara kualitas produk terhadap terhadap minat beli ulang, kepuasan pelanggan bukan sebagai variabel *intervening* antara harga terhadap terhadap minat beli ulang dan kepuasan pelanggan bukan sebagai variabel *intervening* antara kualitas pelayanan terhadap terhadap minat beli ulang.

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

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, price and service quality on repurchase intention through customer satisfaction. This study uses the subject of Carrot Coffee Surabaya customers and data analysis using quantitative analysis with analytical techniques using path analysis. The data was obtained by purposive sampling technique and the researcher distributed questionnaires to customers who had come and purchased Carrot Coffee Surabaya products and a sample of 90 respondents. The results showed that product quality, price and service quality had a direct significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, price, service quality and customer satisfaction have a significant effect on repurchase intention, while product quality has no significant effect on repurchase interest. The results of the path analysis test show that customer satisfaction is not an intervening variable between product quality and repurchase interest, customer satisfaction is not an intervening variable between price and customer satisfaction, not as an intervening variable between service quality and customer satisfaction. repurchase interest.

Keywords: *Product Quality, Price, Service Quality, Repurchase Interest And Customer Satisfaction.*