



**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI PADA TOKO ONLINE
“OUTDOOR GROSIR”)**

Oleh :

ARIF MUSTOFA

2015-11-076

**PROGRAM STUDI MANAJEMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2020**



**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI PADA TOKO ONLINE
“OUTDOOR GROSIR”)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

ARIF MUSTOFA

2015-11-076

**PROGRAM STUDI MANAJEMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2020**

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA
TOKO ONLINE “OUTDOOR GROSIR”)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal.....

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



Dina Lusianti, SE. MM. AAK
NIDN. 0630098401

Pembimbing I



Sutono, SE., MM, Ph. D
NIDN. 0626017003

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Noor Azis, SE. MM
NIDN. 0609107501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Barang siapa keluar untuk mencari Ilmu maka dia berada di jalan Allah”

(HR, Turmudzi)

“Allah mencintai pekerjaan yang apabila bekerja ia menyelesaikannya dengan baik”

(HR, Thabrani)

Persembahan :

Penulis persembahkan Skripsi ini kepada:

1. Orang tuaku tercinta, Bapak Sucipto dan Ibu Sarminah yang selalu memberi kasih sayang, menjadi guru, sahabat dan penopang lewat do'a.
2. Adik ku tercinta Sri Hesti Dwi Pusparini dan Muhammad Tri Septyawan.
3. Teman dekat yang selalu dihati
4. Saudara – saudaraku
5. Sahabat – sahabatku
6. Almamaterku UMK

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA TOKO ONLINE “OUTDOOR GROSIR”)**”. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan studi program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis akan menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Suparoyo, SH, M.S selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Dina Lusianti, SE. MM. AAK selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
4. Sutono, SE., MM, Ph, D selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan, arahan maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
5. Noor Azis, SE. MM selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan, arahan maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, terkhusus Jurusan Manajemen Universitas Muria Kudus atas segala ilmu yang telah diberikan.
7. Kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat saya sampaikan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis sadar dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat serta menambah pengetahuan bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Kudus, 2020

Arif Mustofa
2015-11-076

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA
TOKO ONLINE “OUTDOOR GROSIR”)**

**Oleh:
ARIF MUSTOFA
2015-11-076**

Pembimbing : 1. Sutono, SE., MM, Ph, D
2. Noor Azis, SE. MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMAN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* yang mengambil studi pada toko online Outdoor Grosir, dimana diajukan tiga variabel bebas/*independen*, satu variabel *intervening* dan satu variabel terikat/*dependen*. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei terhadap pelanggan toko online Outdoor Grosir dengan jumlah responden sebanyak 140 responden, dengan menggunakan metode SEM sebagai metode analisis data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel bebas keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan niat beli ulang, hal ini dibuktikan dengan nilai CR dan nilai P (*probability*) yang menunjukkan hasil yang memenuhi syarat yaitu kurang dari 0,05 untuk P dan CR lebih besar dari 1,645. Sehubungan dengan penelitian ini maka diharapkan pihak Outdoor Grosir meningkatkan keragaman produk, harga yang ditawarkan lebih kompetitif dan memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan karena ketiga aspek tersebut terbukti mampu meningkatkan niat beli ulang serta kepuasan pelanggan, peningkatan tersebut dapat berupa dengan menambah variasi warna dan ukuran pada tiap produk, memberikan harga yang bersaing dengan kompetitor serta meningkatkan kinerja dan pelayanan admin yang bertugas melayani *customer*.

Kata Kunci: Keragaman Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Niat Beli Ulang, Kepuasan Pelanggan

***EFFECT OF PRODUCT DIVERSITY, PRICE AND SERVICE QUALITY
ON REPURCHASE INTENTION WITH CUSTOMER SATISFACTION AS
INTERVENING VARIABLE (STUDY ON "OUTDOOR GROSIR"
ONLINE STORE)***

By:
ARIF MUSTOFA
2015-11-076

Advisor : 1. Sutono, SE., MM, Ph, D
2. Noor Azis, SE. MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY
PROGRAMS

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product diversity, price and service quality on repurchase intentions with customer satisfaction as an intervening variable (study at the Outdoor Grosir online store), where three independent variables are proposed, one intervening variable and one dependent variable. This research was conducted by a survey method of Outdoor Grosir online store customers with a total of 140 respondents, using the SEM method as a data analysis method.

The results of this study indicate that all independent variables of product diversity, price and service quality have a positive and significant effect on satisfaction and intention to repurchase, this is evidenced by the value of CR and the value of P (probability) which shows results that meet the requirements that are less than 0, 05 for P and CR greater than 1.96. In connection with this research, it is expected that Outdoor Wholesalers increase product diversity, the price offered is more competitive and provides satisfying service quality because all three aspects are proven to be able to increase repurchase intentions and customer satisfaction, the increase can be in the form of adding color and size variations to each products, provide competitive prices with competitors and improve the performance and service of the admin tasked with serving customers.

Keywords: Product Diversity, Price, Service Quality, Repurchase Intention, Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	7
1.3. Perumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Perilaku Konsumen.....	11
2.1.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	12

	Halaman
2.2. Pemasaran	14
2.2.1. Pengertian Pemasaran	14
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	15
2.3. Niat Beli Ulang	16
2.3.1. Pengertian Niat Beli Ulang	16
2.3.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Ulang	16
2.3.3. Indikator Niat Beli Ulang.....	18
2.4. Keragaman Produk.....	20
2.4.1. Pengertian Keragaman Produk	20
2.4.2. Hal- hal yang Harus Diperhatikan Dalam Menentukan Keragaman Produk.....	21
2.4.3 Indikator Keragaman Produk	22
2.5. Harga	25
2.5.1. Pengertian Harga	25
2.5.2. Penetapan Harga.....	26
2.5.3. Tujuan Menetapkan Harga.....	27
2.5.4. Indikator Harga.....	28
2.6. Kualitas Pelayanan.....	30
2.6.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	30

Halaman

2.6.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	30
2.6.3. Indikator Kualitas Pelayanan	31
2.7. Kepuasan Pelanggan	33
2.7.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	33
2.7.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	34
2.7.3. Indikator Kepuasan Pelanggan	35
2.8. Hubungan Antar Variabel	37
2.8.1. Hubungan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	37
2.8.2. Hubungan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	38
2.8.3. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	39
2.8.4. Hubungan Keragaman Produk terhadap Niat Beli Ulang	40
2.8.5. Hubungan Harga terhadap Niat Beli Ulang	41
2.8.6. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli Ulang	41
2.8.7. Hubungan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang	42
2.9. Penelitian Terdahulu	43
2.10. Kerangka Pemikiran Teoritis	46
2.11. Hipotesis	47
2.11.1. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	47
2.11.2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	47

Halaman

2.11.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	48
2.11.4. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Niat Beli Ulang	49
2.11.5. Pengaruh Harga terhadap Niat Beli Ulang	50
2.11.6. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli Ulang	50
2.11.7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang	51
BAB III	52
METODE PENELITIAN.....	52
3.1. Rancangan Penelitian.....	52
3.2 Variabel Penelitian.....	52
3.2.1. Macam Variabel	52
3.2.2. Definisi Operasional Variabel.....	53
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	55
3.3.1. Jenis data	55
3.3.2. Sumber data.....	56
3.4. Populasi dan Sampel.....	56
3.5. Metode Pengumpulan Data	57
3.6. Pengolahan Data.....	58
3.7. Metode Analisis	59
3.7.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	59

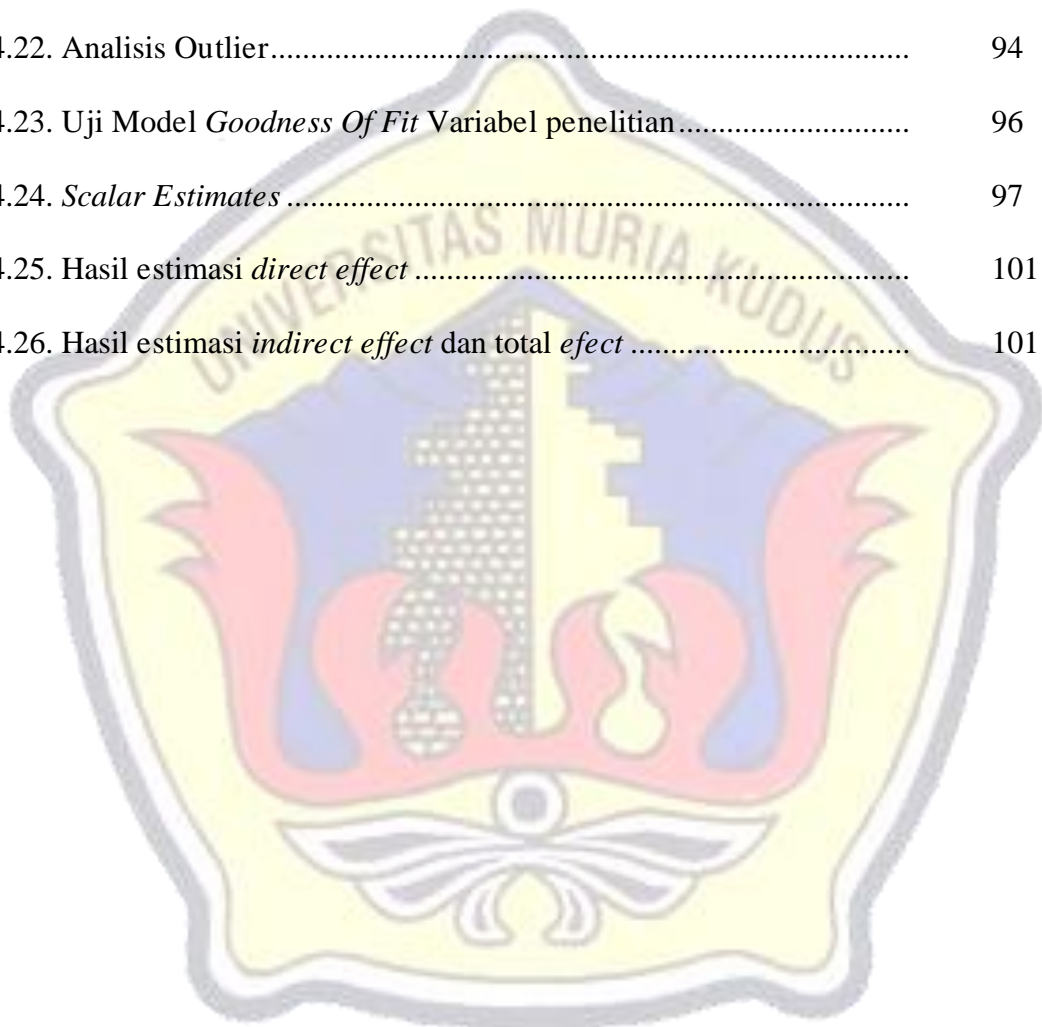
	Halaman
3.7.2. Uji Model	61
3.7.3. Evaluasi Kriteria <i>Goodness Of Fit</i>	63
3.7.4. Interpretasi Dan Modifikasi Model.....	65
3.7.5. Uji Normalitas	65
3.7.6. Uji Outliers.....	66
3.7.7. Uji Hipotesis.....	66
BAB IV	67
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1. Hasil Penelitian	67
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	67
4.2.1. Data Responden Penelitian.....	69
4.2.2. Deskriptif Variabel Penelitian.....	70
4.3. Uji Instrumen Penelitian.....	74
4.4. Analisis Data	79
4.4.1. Analisis Konfirmatori	80
4.4.2. Uji Normalitas	89
4.4.3. Evaluasi <i>Outliers</i>	90
4.4.4. Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	91
4.4.5. Uji Hipotesis	92

	Halaman
4.4.6. Pengaruh Langsung (<i>Direct</i>) dan Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect</i>).....	96
4.4.7. Uji Mediasi	98
4.5. Pembahasan.....	99
1 Pengaruh keragaman produk dengan kepuasan pelanggan.....	99
2 Pengaruh Harga dengan kepuasan pelanggan	100
3 Pengaruh Kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.....	102
4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Niat beli ulang.	104
5 Pengaruh keragaman produk terhadap Niat beli ulang.	105
6 Pengaruh Harga terhadap niat beli ulang.	107
7 Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang.	109
BAB V	111
PENUTUP.....	111
5.1. Kesimpulan	111
5.2. Saran.....	113
5.2.1 Bagi Perusahaan	113
5.2.2 Bagi penelitian selanjutnya	114
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN.....	121

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Perbandingan Positif Seller Rating Per April 2019.....	2
1.2. Perbandingan Jumlah Produk Per April 2019.....	4
1.3. Perbandingan Harga Produk Sejenis Per April 2019.....	5
1.4. Perbandingan Tingkat Respon Penjual dan Pengiriman Tepat Waktu.	6
4.1. Data Responden.....	72
4.2. Deskripsi Variabel keragaman produk.....	73
4.3. Deskripsi Variabel Harga.....	74
4.4. Deskripsi Variabel Kualitas pelayanan.....	75
4.5. Deskripsi Variabel Kepuasan pelanggan.....	76
4.6. Deskripsi Variabel Niat beli ulang.....	77
4.7. Uji validitas variabel keragaman produk.....	78
4.8. Uji validitas variabel Harga.....	78
4.9. Uji validitas variabel Kualitas pelayanan.....	79
4.10. Uji validitas variabel niat beli ulang.....	80
4.11. Uji validitas variabel kepuasan pelanggan.....	80
4.12. Uji <i>Construct reliability</i>	81
4.13. Uji <i>Average Variance Extracted</i> variabel penelitian.....	82
4.14. Hasil uji discriminant validity.....	83
4.15. Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen.....	85
4.16. Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen.....	86
4.17. Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Endogen.....	87

	Halaman
4.18. Hasil Analisis Konfirmatori Faktor Endogen.....	89
4.19. Uji Model Goodness Of Fit Variabel Endogen	90
4.20. Hasil Analisis Konfirmatori Faktor Endogen.....	92
4.21. Uji normalitas	93
4.22. Analisis Outlier.....	94
4.23. Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel penelitian.....	96
4.24. <i>Scalar Estimates</i>	97
4.25. Hasil estimasi <i>direct effect</i>	101
4.26. Hasil estimasi <i>indirect effect</i> dan total <i>efect</i>	101



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1. Grafik Pengguna Internet di Indonesia Periode 1998-2017	1
1.2. Grafik Pendapatan Outdoor Grosir Periode November 2018-April 2019	3
2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	48
4.1. Pengujian Full Model Sem.....	95

