

**SKRIPSI**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI  
PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA  
DAMPAKNYA PADA MINAT BELI ULANG  
(STUDI KASUS PADA JENANG MUBAROK KUDUS)**

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

Diajukan oleh :

**RESA VIKI NOR DIANSYAH**

**NIM. 2016-11-210**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI PENJUALAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BELI ULANG  
(STUDI KASUS PADA JENANG MUBAROK KUDUS)**

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

Kudus ..... 2021

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen

**Dina Lusianti, SE., MM., AAK.**  
NIDN. 0630098401

Pembimbing I

**Dr. Mamik Indaryani, MS.**  
NIDN. 0628045901

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Dr. H. Moehamad Edris, Drs, MM.**  
NIDN. 0618066201

Pembimbing II

**Iwan Suroso, SE, MM.**  
NIDN. 0603067701

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto :

Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari rahmat Allah melainkan orang-orang yang kufur.

**QS. Yusuf: 87**

Berdoalah kepada ku pastilah aku kabulkan untukmu.

**QS. Al Mukmin: 60**

Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkanlah jejak.

**Ralph Waldo Emerson**

### Persembahan :

1. Keluarga yang sangat aku cintai.
2. Sahabat-sahabatku yang tersayang.
3. Teman seangkatan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Almamater Universitas Muria Kudus.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Jenang Mubarak Kudus)” sebagai salah satu syarat untuk sebagai salah satu syarat menyelesaikan Sarjana Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Selama proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Prof.Dr.Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dina Lusianti, SE., MM., AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Mamik Indaryani, MS., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Iwan Suroso, SE. MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.



6. Segenap dosen dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bekal ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama masa perkuliahan.
7. Kedua orangtua tercinta yang selalu memberikan dorongan dan doa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
9. Semua sahabat push rank mobile legend & semua squad axe, nero dan havefun.id yang telah menyupport penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun penulis telah berusaha dengan pikiran dan kemampuan agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kudus,  
Penulis,

**RESA VIKI NOR DIANSYAH**  
**NIM. 2016-11-210**

## ABSTRAKSI

# PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BELI ULANG (STUDI KASUS PADA JENANG MUBAROK KUDUS)

RESA VIKI NOR DIANSYAH  
NIM. 2016-11-210

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Mamik Indaryani, MS.  
2. Iwan Suroso, SE. MM.

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

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi penjualan terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya pada minat beli ulang (studi kasus pada Jenang Mubarak Kudus). Pada penelitian ini menggunakan tiga variabel eksogen, yaitu kualitas produk, harga, promosi penjualan, serta dua variabel endogen, yaitu kepuasan konsumen dan minat beli ulang. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuesioner dan wawancara. Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 120 responden dengan teknik *purposive sampling* yaitu konsumen yang membeli produk Jenang Mubarak lebih dari 1 kali.

Pada penelitian ini analisis data yang digunakan program (SEM) *Structural Equation Modeling* yang di operasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk, harga, promosi penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya pada minat beli ulang.

**Kata kunci:** kualitas produk, harga, promosi penjualan, kepuasan konsumen, minat beli ulang.

## **ABSTRACT**

### ***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, SALES PROMOTION ON CUSTOMER SATISFACTION AND ITS IMPACT ON RE-BUYING INTEREST (CASE STUDY ON THE SLOVES OF MUBAROK)***

**RESA VIKI NOR DIANSYAH  
NIM. 2016-11-210**

*Guidance Lecturer* : 1. Dr. Mamik Indaryani, MS.  
2. Iwan Suroso, SE. MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FACULTY OF ECONOMIC AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM  
OF MANAGEMENT**

*This study aims to analyze the effect of product quality, price, sales promotion on consumer satisfaction and its impact on repurchase interest (a case study on Jenang Mubarok Kudus). This study uses three exogenous variables, namely product quality, price, sales promotion, and two endogenous variables, namely consumer satisfaction and repurchase interest. The data collection methods used in this study were questionnaires and interviews. While the sample used in this study consisted of 120 respondents with a purposive sampling technique, namely consumers who bought Jenang Mubarok products more than once.*

*In this study, data analysis used the Structural Equation Modeling (SEM) program which is operated through the AMOS program. The results showed that product quality, price, sales promotion had a positive and significant effect on customer satisfaction and their impact on repurchase interest.*

***Keywords: product quality, price, sales promotion, customer satisfaction, repurchase interest..***

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	7
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Bagi Akademis .....	9
1.5.2 Bagi Praktisi .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kualitas Produk.....	11
2.1.1 Pengertian Kualitas Produk.....	11
2.1.2 Tingkatan Produk .....	12
2.1.3 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	13
2.1.4 Indikator Kualitas Produk .....	15
2.2 Harga .....	18
2.2.1 Pengertian Harga .....	18
2.2.2 Penetapan Harga.....	18
2.2.3 Tujuan Penetapan Harga .....	19
2.2.4 Indikator Harga .....	20



2.3	Promosi.....	22
2.3.1	Pengertian Promosi .....	22
2.3.2	Tujuan Promosi .....	23
2.3.3	Indikator Promosi.....	24
2.4	Minat Beli Ulang.....	28
2.4.1	Pengertian Minat Beli Ulang.....	28
2.4.2	Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang .....	28
2.4.3	Indikator Minat Beli Ulang .....	31
2.5	Kepuasan Konsumen.....	32
2.5.1	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	32
2.5.2	Faktor – Faktor Kepuasan Konsumen.....	33
2.5.3	Indikator Kepuasan Konsumen .....	34
2.6	Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	36
2.7	Hubungan Antar Variabel .....	41
2.7.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	41
2.7.2	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	41
2.7.3	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	42
2.7.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	43
2.7.5	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang .....	43
2.7.6	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang.....	44
2.7.7	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang.....	45
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis.....	46
2.8.1	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	46
2.8.2	Hipotesis.....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>50</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	50
3.1.1	Variabel Penelitian .....	50
3.1.2	Definisi Operasional.....	51
3.2	Populasi dan Sampel .....	55
3.2.1	Populasi .....	55
3.2.2	Sampel Penelitian.....	56

3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	56
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	56
3.3.1	Data Primer .....	57
3.3.2	Data Sekunder .....	57
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	57
3.5	Uji Instrumen.....	58
3.5.1	Uji Validitas .....	58
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	59
3.5.3	Uji Normalitas .....	60
3.6	Teknik Analisis Data.....	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		70
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	70
4.1.1	Gambaran Umum Jenang Mubarak Kudus .....	70
4.1.2	Visi dan Misi Jenang Mubarak Kudus .....	70
4.2	Deskriptif Responden .....	73
4.3	Deskriptif Variabel Penelitian.....	75
4.4	Uji Analisis Data .....	79
4.4.1	Pengujian Konfirmatory Variabel Eksogen dan Endogen .....	79
4.4.1.1	Pengujian Konfirmatory Variabel Eksogen .....	79
4.4.1.2	Pengujian Konfirmatory Variabel Endogen.....	80
4.4.1.3	Pengujian Konfirmatory Variabel Eksoogen Setelah Melakukan Perbaikan Model .....	82
4.4.1.4	Pengujian Konfirmatory Variabel Endoogen Setelah Melakukan Perbaikan Model .....	83
4.4.2	Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi Full Model .....	85
4.4.2.1	Uji Normalitas Data .....	85
4.4.2.2	Uji Outlier .....	86
4.4.2.3	Pengujian Validitas Konstruk Full Model.....	87
4.5	Analisis Konfirmatori Full Model.....	89
4.6	Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i> .....	92
4.7	Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	93

4.8 Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total.....	97
4.8.1 Analisis Pengaruh Langsung antar Variabel Laten.....	97
4.8.2 Analisis Pengaruh Tidak Langsung antar Variabel Laten.....	98
4.8.3 Analisis Pengaruh Total antar Variabel Laten .....	99
4.9 Pembahasan.....	100
4.9.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	100
4.9.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	101
4.9.3 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen .....	102
4.9.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	104
4.9.5 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang .....	105
4.9.6 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Ulang .....	106
4.9.7 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang.....	107
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>108</b>
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran.....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>110</b>
<b>LAMPIRAN 5.....</b>	<b>133</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Jenang Mubarak Kudus Jawa Tengan (Pcs) Tahun 2017 – 2019.....	5
Tabel 3.1 <i>Uji Goodness of Fit</i> .....	68
Tabel 4.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	73
Tabel 4.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	74
Tabel 4.3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	74
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	75
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Harga.....	76
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Promosi .....	77
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen .....	77
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang.....	78
Tabel 4.9 <i>Standardized Regression Weights Variabel Eksogen</i> .....	80
Tabel 4.10 <i>Standardized Regression Weights Variabel Endogen</i> .....	81
Tabel 4.11 <i>Standardized Regression Weights Variabel Eksogen setelah</i> .....	83
Tabel 4.12 <i>Standardized Regression Weights Variabel Endogen setelah</i> <i>Perbaikan Model</i> .....	84
Tabel 4.13 Uji Normalitas Data .....	86
Tabel 4.14 Mahalanobis d-squared .....	87
Tabel 4.15 Hasil Pengujian <i>Contract Reliability Dan Variance Extracted</i> .....	88
Tabel 4.16 Uji <i>Full Model goodness of fit SEM</i> .....	90
Tabel 4.17 Nilai <i>Squared Multiple Correlation</i> .....	92
Tabel 4.18 Tabel <i>Regression Weights</i> .....	93
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis .....	94
Tabel 4.20 Pengaruh Langsung Variabel Laten.....	98
Tabel 4.21 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten.....	99
Tabel 4.22 Pengaruh Total antar Variabel Laten .....	99



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Minat Beli Ulang .....	48
Gambar 4.1 Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan Model.....	79
Gambar 4.2 Pengujian Konfirmatori Endogen Sebelum Perbaikan Model .....	81
Gambar 4.3 Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan Model.....	82
Gambar 4.4 Pengujian Konfirmatori Endogen Setelah Perbaikan Model .....	84
Gambar 4.5 Analisis Full Variabel Eksogen dan Endogen.....	85
Gambar 4.6 Hasil Uji Full Model Structural Equation Modelling (SEM).....	89



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner Responden
- Lampiran 3. Frekuensi Data
- Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5. Analisis Data

