



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN CITRA
MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI RESTAURANT
GALAXY DEMAK (STUDI PADA KONSUMEN RESTAURANT GALAXY
DEMAK)**

Oleh:

FIRA RIZKY ZULIYANI

NIM. 201711128

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

TAHUN 2022



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN CITRA
MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI RESTAURANT
GALAXY DEMAK (STUDI PADA KONSUMEN RESTAURANT GALAXY
DEMAK)**

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

Oleh:

FIRA RIZKY ZULIYANI

NIM. 201711128

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN CITRA
MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI RESTAURANT
GALAXY DEMAK (STUDI PADA KONSUMEN RESTAURANT GALAXY
DEMAK)**


Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus


Kudus, 23 Februari 2022

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen


(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.)
NIDN. 0628048702

Pembimbing 1

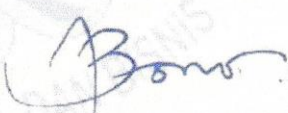

(Sutono, S.E., M.M., Ph.D.)
NIDN 0626017003

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II


(Agung Subono, S.E., M.Si)
NIDN 0520017602

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat, karunia dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Restaurant Galaxy Demak (Studi Pada Konsumen Restaurant Galaxy Demak)”**. Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi syarat akademi untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) Universitas Muria Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Konsentrasi Manajemen Pemasaran. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak tugas akhir skripsi ini tidak akan bisa terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Sutono, SE. MM, Ph.D., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia memberikan bimbingan, arahan, masukan dan konsultasi dalam penyusunan skripsi ini.

5. Agung Subono, SE, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan bimbingan, arahan, masukan dan konsultasi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh jajaran Dosen pengajar dan Staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Terimakasih atas ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama penulis berkuliah di Univesitas Muria Kudus.
7. Kedua orang tua dan seluruh keluarga besar penulis. Terimakasih untuk do'a dan dukungan yang tidak ada hentinya.
8. Seluruh sahabat dan teman angkatan 2017 yang telah memberikan dukungan, bantuan dan motivasi.
9. Faisal Amri selaku manajer Restaurant Galaxy Demak yang telah bersedia memberikan ijin penelitian.
10. Seluruh responden yaitu pelanggan Restaurant Galaxy Demak.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidaklah sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak masih diperlukan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan pengetahuan bagi para pembaca dan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Kudus, 23 Februari 2022

Penulis

Fira Rizky Zuliani

ABSTRAKSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI RESTAURANT GALAXY DEMAK (STUDI PADA KONSUMEN RESTAURANT GALAXY DEMAK)

Fira Rizky Zuliyani
NIM. 2017-11-128

Dosen Pembimbing : 1. Sutono, SE, MM, Ph.D.
2. Agung Subono, SE, M.Si.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan dua variabel endogen, yaitu minat beli ulang dan kepuasan pelanggan dan tiga variabel eksogen, yaitu kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek. Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan metode kusioner. Dalam penelitian ini menggunakan sampel yang terdiri dari 160 responden dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dioperasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci : kualitas produk, kualitas layanan, citra merek, minat beli ulang, kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY AND BRAND IMAGE ON REPURCHASING INTEREST WITH CUSTOMER SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLES IN GALAXY RESTAURANT DEMAK (STUDY ON CONSUMERS OF DEMAK GALAXY RESTAURANT)

Fira Rizky Zuliyani
NIM. 2017-11-128

Dosen Pembimbing : 1. Sutono, SE. MM, Ph.D.
2. Agung Subono, SE, M.Si.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF
MANAGEMENT

This study aims to determine the effect of product quality, service quality and brand image on repurchase interest with customer satisfaction as an intervening variable. This study uses two endogenous variables, namely repurchase interest and customer satisfaction and three exogenous variables, namely product quality, service quality and brand image. The data collection used in this research is the questionnaire method. In this study using a sample consisting of 160 respondents with purposive sampling technique. Analysis of the data used is Structural Equation Modeling (SEM) which is operated through the AMOS program. The results showed that product quality had a positive and significant effect on repurchase intention, service quality had a positive and significant effect on repurchase interest, brand image had a positive and significant effect on repurchase interest, product quality had a negative and insignificant effect on customer satisfaction, service quality positive and significant effect on customer satisfaction, brand image has a positive and significant effect on customer satisfaction and customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase interest.

Keywords: product quality, service quality, brand image, repurchase interest, customer satisfaction.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAKSI.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Ruang Lingkup	10
1.3. Perumusan Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Landasan Teori	14
2.1.1. Minat Beli Ulang	14
2.1.2. Kepuasan Pelanggan	16
2.1.3. Kualitas Produk	21
2.1.4. Kualitas Layanan	26
2.2. Hubungan Antar Variabel	32
2.2.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang.....	32
2.2.2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang.....	33
2.2.3. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang	34
2.2.4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	35
2.2.5. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	36
2.2.6. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	37
2.2.7. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang.....	38
2.3. Peneliti Terdahulu.....	39

2.4.	Kerangka Pemikiran	43
2.5.	Hipotesis.....	44
BAB III METODE PENELITIAN		46
3.1.	Rancangan Penelitian.....	46
3.2.	Variabel Penelitian.....	46
3.2.1.	Variabel Eksogen.....	46
3.2.3.	Variabel Endogen	47
3.4.	Jenis dan Sumber Data.....	49
3.4.1.	Jenis Data	49
3.4.2.	Sumber Data.....	49
3.5.	Populasi dan Sampel.....	50
3.5.1.	Populasi.....	50
3.5.2.	Sampel.....	50
3.6.	Pengumpulan Data.....	51
3.8.	Pengolahan Data.....	53
3.9.	Analisis Data	54
BAB IV		58
HASIL DAN PEMBAHASAN		58
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
4.2.	Penyajian Data.....	58
4.2.1.	Deskripsi Responden	58
4.2.2.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel	60
4.3.	Uji Instrumen.....	65
4.4.	Analisis Daya	67
4.4.1.	Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM	67
4.4.2.	Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	70
4.4.3.	Uji Kausalitas (<i>Regression Weight</i>).....	76
4.4.4.	Pengujian Hipotesis	79
4.5.	Pembahasan	82
4.5.1.	Pengaruh Kualitas produk terhadap Minat beli ulang	82
4.5.2.	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat beli Ulang	83

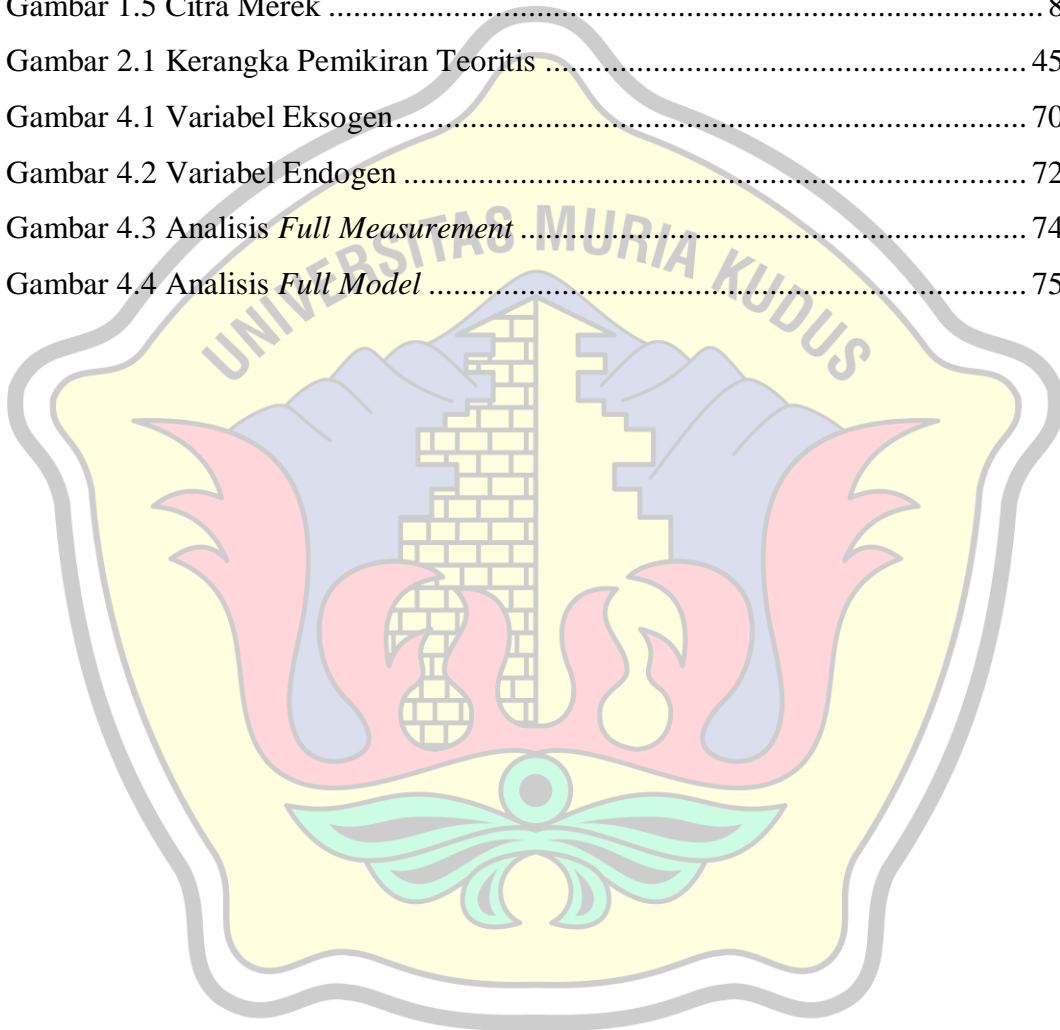
4.5.3.	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang	85
4.5.4.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan pelanggan.....	86
4.5.5.	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	87
4.5.6.	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan pelanggan.....	89
4.5.7.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang	90
4.5.8.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening	92
4.5.9.	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening	93
4.5.10.	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		97
5.1.	Kesimpulan.....	97
5.2.	Saran	98
5.2.1.	Bagi Restaurant Galaxy Demak	98
5.2.3.	Bagi Peneliti Selanjutnya	99
DAFTAR PUSTAKA.....		101
LAMPIRAN		103

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Distribusi Jenis Kelamin Responden.....	59
Tabel 4.2 Distribusi Umur Responden.....	59
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Berkunjung Responden	60
Tabel 4.4 Frekuensi Variabel Kualitas Produk.....	61
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Kualitas Layanan	62
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Citra Merek.....	63
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan	64
Tabel 4.8 Frekuensi Variabel Minat Beli Ulang.....	65
Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>Construct Reability</i> dan <i>Variance Extracted</i>	66
Tabel 4.10 <i>Diskriminant Validity</i>	67
Tabel 4.11 Uji Normalitas Data.....	68
Tabel 4.12 Uji <i>Outliers</i>	69
Tabel 4.13 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Keseluruhan Variabel Eksogen.....	71
Tabel 4.14 <i>Loading Factor</i> Pengukuran Variabel Eksogen.....	71
Tabel 4.15 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Keseluruhan Variabel Endogen	73
Tabel 4.16 <i>Loading Factor</i> Pengukuran Variabel Endogen	73
Tabel 4.17 Pengujian Kesesuaian Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	75
Tabel 4.18 Hasil Estimasi <i>Standarized Regrestion Weight</i>	76
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi (<i>Squarred Multiple Corellation</i>).....	78
Tabel 4.20 Hasil Estimasi Parameter Pengaruh Langsung antar Variabel.....	79
Tabel 4.21 Besar <i>Total Effect</i>	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Minat Beli Ulang Pelanggan	3
Gambar 1.2 Kepuasan Pelanggan	4
Gambar 1.3 Kualitas Produk	6
Gambar 1.4 Kualitas Layanan	7
Gambar 1.5 Citra Merek	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	45
Gambar 4.1 Variabel Eksogen.....	70
Gambar 4.2 Variabel Endogen	72
Gambar 4.3 Analisis <i>Full Measurement</i>	74
Gambar 4.4 Analisis <i>Full Model</i>	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Surat Penelitian

Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden

Lampiran 4 Frekuensi Data

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas dan Uji Validitas

Lampiran 6 Hasil Output AMOS

