



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,
LABEL HALAL, TERHADAP MINAT BELI ULANG JENANG
MUBAROK DI PUSAT OLEH-OLEH SUMBER ANUGRAH
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

Skripsi ini disyaratkan menjadi salah satu syarat
Guna menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

RISMA ALFIYANI

NIM 2017-11-106

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


**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,
LABEL HALAL, TERHADAP MINAT BELI ULANG JENANG MUBAROK
DI PUSAT OLEH-OLEH SUMBER ANUGRAH MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

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

Kudus, 2022

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I


NURUL RIZKA ARUMSARI, SE, MM
NIDN. 0628048702


Drs. H. M. MASRURI, MM
NIDN. 0616077304

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



Dr. KERTATI SUMEKAR, SE, MM
NIDN: 0616077304


IWAN SUROSO, SE, MM
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri
(QS. Ar Ra'd ; 11)



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas semua rahmat dan karunia-Nya yang telah mengizinkan penulis menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir program studi Manajemen Universitas Muria Kudus, dengan judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, LABEL HALAL, TERHADAP MINAT BELI ULANG JENANG MUBAROK DI PUSAT OLEH-OLEH SUMBER ANUGRAH MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**. Penulis sangat merasakan besarnya karunia Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran di tengah keterbatasan penulis dalam menyusun skripsi ini. Di samping itu bantuan dan dorongan dari berbagai pihak telah memungkinkan selesainya tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus.
3. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M, selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
4. Drs. H. M Masruri, MM, selaku pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
5. Iwan Suroso, SE, MM, selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah menyumbangkan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis dan seluruh staff

dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah membantu penulis selama menempuh studi.

7. Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
8. Teman-teman (Ariana Ervita, Febria Windy, Neilisa, Kharisma Alba, Faricha, Yunita) yang memberikan dukungan dan semangat.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limbahan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan, karena ini semua disebabkan keterbatasan waktu, tenaga, biaya dan kemampuan penulis. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca.
Amien.

Kudus, 2022
Penulis

RISMA ALFIYANI
NIM 2017-11-106

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, LABEL HALAL, TERHADAP MINAT BELI ULANG JENANG MUBAROK DI PUSAT OLEH- OLEH SUMBER ANUGRAH MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Oleh :

RISMA ALFIYANI

NIM 2017-11-106

Pembimbing 1. Drs. H. M Masruri, MM,
2. Iwan Suroso, SE, MM

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

Penelitian ini memiliki tujuan menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, label halal, terhadap minat beli ulang Jenang Mubarak Di Pusat Oleh-Oleh Sumber Anugrah Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Obyek penelitian ini adalah para konsumen yang membeli produk Jenang Mubarak di Pusat Oleh-Oleh Sumber Anugrah yang dijadikan penelitian, sehingga pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, sumber datanya berupa data primer yang merupakan hasil penyebaran angket dan data sekunder tentang gambaran mengenai obyek penelitian yaitu produk jenang Mubarak, pengolahan datanya menggunakan komputer program SEM AMOS yang merupakan program komputer untuk statistik, dengan alasan agar hasil yang diperoleh lebih valid dalam menganalisis statistik dengan kuesioner dengan validitas dan reliabilitas. Adapun kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut ini : (1) Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ; (2) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen : (3) Variabel label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen : (4) Variabel kualitas produk berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, (5) Citra merek berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, : (6) Label halal berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ; (7) Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan berpengaruh terhadap minat beli.

Kata kunci : Kualitas produk, citra merek, label halal, minat beli ulang.

ABSTRACT

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, HALAL LABEL, ON
THE INTEREST TO PURCHASE JENANG MUBAROK AT THE
CENTER BY SOURCE ANUGRAH THROUGH CONSUMER
SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE***

RISMA ALFIYANI

NIM 2017-11-106

Advisor 1. Drs. H. M Masruri, MM,
2. Iwan Suroso, SE, MM

MURIA KUDUS UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS PROGRAM STUDY OF MANAGEMENT

This study has the aim of analyzing the effect of product quality, brand image, halal label, on the intention to repurchase Jenang Mubarak at the Sumber Anugrah Souvenir Center through Consumer Satisfaction as an Intervening Variable. The object of this research is the consumers who buy Jenang Mubarak products at the Souvenir Center. Anugrah's source was used as research, so that the data collection used a questionnaire, the data source was primary data which was the result of distributing questionnaires and secondary data about the description of the research object, namely the Mubarak jenang product, the data processing used the AMOS SEM program computer which is a computer program for statistics, with the reason is that the results obtained are more valid in analyzing statistics with questionnaires with validity and reliability. The conclusions of this study are as follows: (1) Product quality variable has a positive and significant effect on consumer satisfaction; (2) Brand image has a positive and significant effect on consumer satisfaction; (3) Halal label variable has a positive and significant effect on consumer satisfaction; (4) Product quality variable has a positive and significant effect on buying interest, (5) Brand image has a positive effect and significant on buying interest,; (6) Halal label has a positive and significant effect on buying interest; (7) Consumer satisfaction has a positive and significant effect on buying

Keywords: product quality, brand image, halal label, repurchase interest.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO .DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	4
1.3. Perumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Kualitas Produk	9
2.2. Citra Merek	13
2.3. Minat Beli Ulang	31
2.4. Kepuasan Konsumen	31
2.5. Pengaruh Antar Variabel	36
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu	41
2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis	47
2.8. Hipotesis	50
BAB. III. METODE PENELITIAN	50
3.1. Rancangan Penelitian	50
3.2. Variabel Penelitian	50
3.3. Jenis dan Sumber Data	55
3.4. Populasi dan Sampel	56
3.5. Metode Pengumpulan Data	57
3.6. Pengolahan Data	58
3.7. Analisis Data	59
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	69
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	69
4.2. Penyajian Data	71
4.3. Analisis Data	78
4.4. Pembahasan	100
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	108
5.1. Kesimpulan	108
5.2. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Tabel Goodness of Fit Index	66
4.1. Karakteristik Responden	72
4.2. Frekuensi Variabel Kualitas Produk	74
4.3. Frekuensi Variabel Citra Merek	75
4.4. Frekuensi Variabel Persepsi Label Halal	76
4.5. Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen	77
4.6. Frekuensi Variabel Minat Beli Ulang	78
4.7. Validity Convergent	79
4.8. Uji AVE	80
4.9. Discriminant Validity	81
4.10. Uji Reliabilitas	81
4.11. Uji Normalitas Data	82
4.12. Uji Outline Data	84
4.13. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen (X)..	86
4.14. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen (X) Tahap 2	87
4.15. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen (Y)	89
4.16. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen (Y)	90
4.17. Pengujian Kesesuaian Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	92
4.18. Hasil Estimasi <i>Standardized Regression Weight</i>	93
4.19. Koefisien Determinasi (<i>Squared Multiple Correlation</i>)	94
4.20. <i>Regression Weights Standardized Estimates</i>	93
4.21. Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>) dan Tidak Langsung (<i>Indirect</i>	
4.22. <i>Effect</i>)	99

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Teoritis	48
4.1. Pengujian Konfirmatory Variabel Eksogen	85
4.2. Pengujian Konfirmatory Variabel Eksogen Tahap 2	87
4.3. Pengujian Konfirmatory Variabel Endogen Tahap 1	90
4.4. Pengujian Konfirmatory Variabel Endogen Tahap 2	81
4.5. Struktur Equation Full Model	95

