



**PENGARUH PENGALAMAN KONSUMEN, PERSEPSI
NILAI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT
BELI ULANG YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN
KONSUMEN DI CAFE BROTHERHOOD PATI**

Diajukan oleh :

GUNTUR SUDRAJAD

NIM. 2017-11-363

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2021**



**PENGARUH PENGALAMAN KONSUMEN, PERSEPSI
NILAI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT
BELI ULANG YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN
KONSUMEN DI CAFE BROTHERHOOD PATI**

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

Diajukan oleh :

GUNTUR SUDRAJAD

NIM. 2017-11-363

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2021**

**PENGARUH PENGALAMAN KONSUMEN, PERSEPSI
NILAI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT
BELI ULANG YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN
KONSUMEN DI CAFE BROTHERHOOD PATI**

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

Pembimbing I



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



Dr. Supriyono., S.E., M.M
NIDN. 0614037104

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



Dr. Kertati Sumekar, SE., MM
NIDN. 0616077304



Gilang Puspita Rini, SE, M.M
NIDN. 0603068602

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Berlomba lombalah dalam kebaikan.

QS. Al Baqarah: 148

Hiduplah seperti pohon kayu yang lebat buahnya: hidup di tepi jalan dan dilempari orang dengan batu, tetapi dibalas dengan buah."

Abu Bakar Sibli

Persembahan :

1. Orang tua yang tersayang
2. Sahabat-sahabatku seperjuangan
3. Teman-teman seangkatan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi 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. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
2. Dina Lusianti, SE., MM., AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dr. Supriyono, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
4. Gilang Puspita Rini, SE, M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini
5. Seluruh dosen pengajar dan staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bekal ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama perkuliahan hingga sampai saat ini.

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan yang telah membantu dalam penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang penulis dapatkan, diberikan limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



Kudus,

2021

Penulis,

Guntur Sudrajat

ABSTRAKSI

PENGARUH PENGALAMAN KONSUMEN, PERSEPSI NILAI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN DI CAFE BROTHERHOOD PATI

GUNTUR SUDRAJAD

NIM. 2017-11-363

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Supriyono, S.E., M.M.
2. Gilang Puspita Rini, SE, M.M.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman konsumen, persepsi nilai dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang yang dimediasi oleh kepuasan konsumen di Cafe Brotherhood Pati. Penelitian ini menggunakan satu variabel endogen, yaitu minat beli ulang dan variabel intervening yaitu kepuasan konsumen, serta tiga variabel eksogen, yaitu pengalaman konsumen, persepsi nilai dan kualitas layanan. Pada penelitian ini pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Sedangkan sampel penelitian dalam penelitian sebesar 125 responden dengan teknik *purposive sampling*.

Analisis data yang digunakan (SEM) *Structural Equation Modeling* yang dioperasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman konsumen, persepsi nilai dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang dimediasi oleh kepuasan konsumen di Café Brotherhood Pati

Kata kunci: pengalaman konsumen, persepsi nilai, kualitas layanan, minat beli ulang, kepuasan konsumen

ABSTRACT

THE EFFECT OF CONSUMER EXPERIENCE, PERCEPTION OF VALUE AND SERVICE QUALITY ON REPURCHASING INTEREST MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION AT CAFE BROTHERHOOD PATI

GUNTUR SUDRAJAD

NIM. 2017-11-363

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Supriyono,. S.E., M.M
2. Gilang Puspita Rini, SE, M.M

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

This study aims to analyze the effect of consumer experience, perceived value and service quality on repurchase intention mediated by consumer satisfaction at Cafe Brotherhood Pati. This study uses two endogenous variables, namely repurchase interest and intervening variable is consumer satisfaction, as well as three exogenous variables, namely consumer experience, perceived value and service quality. In this study data collection using a questionnaire method. While the research sample in this study amounted to 125 respondents with purposive sampling technique.

Analysis of the data used (SEM) Structural Equatuion Modeling which is operated through the AMOS program. The results showed that consumer experience, perceived value and service quality had a positive and significant effect on repurchase intention mediated by consumer satisfaction at Café Brotherhood Pati.

Keywords: consumer experience, perceived value, service quality, repurchase intention, consumer satisfaction

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	6
1.3. Rumusan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Kegunaan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Minat Beli Ulang	9
2.2. Kepuasan Konsumen	12
2.3. Pengalaman Konsumen	14
2.4. Perspsi Nilai	15
2.5. Kualitas Layanan	16
2.6. Tinjaun Penelitian Terdahulu	18
2.7. Pengaruh Antar Variabel	21
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis	25
2.9. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	27

3.1. Rancangan Penelitian	27
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	27
3.3. Populasi dan Sampel	38
3.4. Jenis dan Sumber Data	39
3.5. Pengumpulan Data	40
3.6. Pengolahan Data	41
3.7. Uji Instrumen	42
3.8. Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	53
4.2. Penyajian Data	54
4.3. Uji Instrumen	58
4.4. Analisis Data.....	60
4.5. Pembahasan	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1. Kesimpulan.....	82
5.2. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Restoran/Rumah Makan/Kafe di Pati 2016-2020	2
Tabel 1.2. Data Penjualan di Café Brotherhood Pati	4
Tabel 3.1. Uji <i>Goodness of Fit Indices</i>	50
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3. Statistik Deskriptif Variabel Pengalaman Konsumen	55
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Nilai	56
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	56
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	57
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang	58
Tabel 4.8. Uji Validitas dan Reliabilitas	59
Tabel 4.9. Uji Normalitas	60
Tabel 4.10. Uji Outlier	61
Tabel 4.11. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Eksogen	63
Tabel 4.12. Loading Factor Eksogen	64
Tabel 4.13. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Endogen	65
Tabel 4.14. Loading Factor Endogen	66
Tabel 4.15. Kesesuaian Analisis Full Measurement	68
Tabel 4.16. Hasil Estimasi	69
Tabel 4.17. Koefisien Determinasi	70
Tabel 4.18. Hasil Estimasi Parameter	71
Tabel 4.19. Pengaruh Total	74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Data penjualan di Café Brotherhood Pati.....	3
Gambar 3.1. Kerangka Pemikiran Teroritid	23
Gambar 3.1. Hasil Uji Full Model Structural Equation Modelling (SEM)	67



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

