



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN GAYA
HIDUP TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
PELANGGAN KOPI JANJI JIWA DI KABUPATEN GROBOGAN**

Oleh:

FIA FEBRI AYU TIAS TIARA

2018-11-461

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN GAYA
HIDUP TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
PELANGGAN KOPI JANJI JIWA DI KABUPATEN GROBOGAN**

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

Diajukan oleh :

FIA FEBRI AYU TIAS TIARA

NIM. 2018-11-461

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PELANGGAN
KOPI JANJI JIWA DI KABUPATEN GROBOGAN**

Nama : Fia Febri Ayu Tias Tiara
NIM : 2018-11-461
Program : S1 Pemasaran

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

Kudus , 2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



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

Mengetahui,
Dekan



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

Pembimbing II



Faridhatun Faidah, S.E., M.M
NIDN. 0601099201

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Dunia itu tempat berjuang, istirahat itu di surga”.

- Syekh Ali Jaber-

“pedihnya ujian akan terasa riang, jika engkau tahu bahwa Allah-lah yang mengujimu.”

-Ibnu Athaillah-

Persembahan :

1. Allah SWT yang selalu mempermudah dan memberikan kelancaran dalam menyelesaikan tugas-tugas akhir dengan baik.
2. Kedua orang tua tercintaku Ibu Kasnia dan Bapak Masrukin yang selalu memberikan pendidikan terbaik bagi saya serta mendukung dan membimbing saya dari kecil sampai sekarang serta terima kasih atas do'a kebahagiaan yang selalu mereka berikan.
3. Adiku Feriel Farhan Raul Abaz yang selalu memberikan semangat serta do'a yang selalu diberikan kepada saya.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Kopi Janji Jiwa Di Kabupaten Grobogan” 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. Kertati Sumekar, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Noor Indah Rahmawati, SE. MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Sutono, SE. MM, Ph.D., selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Faridhatun Faidah, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak dan ibu Dosen Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu serta wawasan yang sangat banyak bagi penulis skripsi.
7. Ibu Relawati selaku *Store Leader* kopi janji jiwa Kabupaten Grobogan yang telah memberikan ijin penulis untuk melakukan penelitian.
8. Suami tercinta Heru Prastyo yang telah banyak memberikan dukungan dan pengertian yang besar dalam pembuatan skripsi ini.
9. Sahabat terhebatku Neneng Larasati yang selalu memberi semangat dan motivasi.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi dan penulis tidak bisa menyebut satu-persatu.

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, Juli 2023
Penulis,

Fia Febri Ayu Tias Tiara
Nim. 201811461

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PELANGGAN
KOPI JANJI JIWA DI KABUPATEN GROBOGAN**

FIA FEBRI AYU TIAS TIARA
NIM. 2018-11-461

Dosen Pembimbing : 1. Sutono, SE. MM, Ph.D.
2. Faridhatun Faidah, S.E., M.M.

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

ABSTRAKSI

Janji Jiwa merupakan salah satu brand kopi lokal, Kopi Janji Jiwa di Kabupaten Grobogan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra merek, dan gaya hidup terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan Kopi Janji Jiwa di Kabupaten Grobogan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan diantara tiga variabel atau lebih. Penelitian ini menggunakan tiga variabel eksogen, yaitu kualitas pelayanan, citra merek, dan gaya hidup serta dua variabel endogen, yaitu minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Pada penelitian ini pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Sedangkan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *non probability sampling*.

Analisis data yang digunakan (SEM) *Structural Equation Modeling* yang dioperasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, citra merek, dan gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan minat beli ulang dan kepuasan pelanggan Kopi Janji Jiwa di Kabupaten Grobogan.

Kata kunci: kualitas pelayanan, citra merek, gaya hidup, kepuasan pelanggan, minat beli ulang,

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE AND
LIFESTYLE ON INTEREST TO REPURCHASE WITH CUSTOMER
SATISFACTION
AS AN INTERVENING VARIABLE TO CUSTOMERS
PROMISE OF THE SOUL COFFEE IN GROBOGAN DISTRICT***

FIA FEBRI AYU TIAS TIARA
NIM. 2018-11-461

Dosen Pembimbing : 1. Sutono, SE. MM, Ph.D.
2. Faridhatun Faidah, S.E., M.M.

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

ABSTRACTION

Janji Jiwa is one of the local coffee brands, Kopi Janji Jiwa in Grobogan Regency is located. This study aims to analyze the effect of service quality, brand image, and lifestyle on repurchase intention with customer satisfaction as an intervening variable on Kopi Janji Jiwa customers in Grobogan Regency. This study uses a quantitative approach that aims to determine the relationship between three or more variables. This study uses three exogenous variables, namely service quality, brand image, and lifestyle as well as two endogenous variables, namely repurchase intention with customer satisfaction as the intervening variable. In this study data collection using the questionnaire method. While the sample in this study uses a non-probability sampling formula.

Data analysis used (SEM) Structural Equation Modeling which was operated through the AMOS program. The results showed that service quality, brand image, and lifestyle had a positive and significant influence on repurchase intention and customer satisfaction at Kopi Janji Jiwa in Grobogan Regency.

Keywords: *service quality, brand image, lifestyle, customer satisfaction repurchase intention.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI.....	vii
<i>ABSTRACTION</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	12
1.3. Rumusan Masalah.....	12
1.4. Tujuan Penelitian	14
1.5. Manfaat Penelitian	14
1.5.1. Manfaat Teoritis	14
1.5.2. Manfaat Praktis.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1. Minat Beli Ulang.....	16
2.1.1. Pengertian Minat Beli Ulang	16
2.1.2. Indikator Minat Beli Ulang	17
2.1.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli Ulang	18
2.2. Kepuasan Pelanggan	19
2.2.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	19
2.2.2. Indikator Kepuasan Pelanggan	20
2.2.3. Manfaat Kepuasan Pelanggan	21

2.2.4. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	22
2.3. Kualitas Pelayanan.....	23
2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	23
2.3.2. Indikator Kualitas Pelayanan.....	24
2.3.3. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan	26
2.4. Citra Merek	29
2.4.1. Pengertian Citra Merek.....	29
2.4.2. Indikator Citra Merek	31
2.4.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi citra merek.....	31
2.5. Gaya Hidup	32
2.5.1. Pengertian Gaya Hidup.....	32
2.5.2. Indikator Gaya Hidup	34
2.5.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Gaya Hidup.....	35
2.6. Pengaruh Antar Variabel.....	36
2.6.1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan ...	36
2.6.2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	38
2.6.3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Kepuasan Pelanggan	38
2.6.4. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang.....	39
2.6.5. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang	40
2.6.6. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Ulang	41
2.6.7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang ...	43
2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	43
2.8. Kerangka Berpikir.....	50
2.9 Hipotesis	51
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
3.1. Rancangan Penelitian.....	52
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	53
3.2.1. Variabel Penelitian	53
3.2.2. Definisi Operasional.....	53
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	57
3.3.1. Data Primer.....	57

3.3.2. Data Sekunder	58
3.4. Populasi dan Sampel	58
3.4.1. Populasi	58
3.4.2. Sampel	58
3.4.3. Teknik Penarikan Sampel	59
3.5. Metode Pengumpulan Data	60
3.5.1. Kuesioner	60
3.5.2. Dokumentasi	60
3.6. Uji Instrumen	60
3.6.1. Uji Validitas	60
3.6.2. Uji Reliabilitas	62
3.7. Pengolahan Data	63
3.8. Teknik Analisis Data	64
3.8.1. Rancangan Analisis Data	64
3.8.2. Uji Hipotesis	72
3.8.3. Uji Mediasi	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Gambaran Perusahaan	74
4.2 Deskripsi Responden	75
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	77
4.4 Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi Full Model	81
4.4.1 Pengujian Validitas	81
4.4.2 Uji Outlier	84
4.5 Analisis Data	85
4.5.1 Pengujian Konfirmatory Variabel Eksogen dan Endogen	85
4.6 Analisis Konfirmatori Full Model	93
4.6.1 Analisis Squared Multiple Correlation	94
4.7 Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	95
4.8 Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total	101
4.9 Pembahasan	101
4.9.1 Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	101

4.9.2 Pengaruh Citra merek Terhadap Kepuasan pelanggan.....	103
4.9.3 Pengaruh Gaya hidup Terhadap Kepuasan pelanggan	104
4.9.4 Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Minat beli ulang	106
4.9.5 Pengaruh Citra merek Terhadap Minat beli ulang	107
4.9.6 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Ulang	109
4.9.7 Pengaruh Kepuasan pelanggan Terhadap Minat beli ulang	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
5.1. Kesimpulan	114
5.2. Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	116

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Kedai kopi dengan rating terbaik di Kabupaten Grobogan.....	4
Tabel 1.2 Jumlah Penjualan Gelas Kopi Janji Jiwa Jilid 839	5
Tabel 3.1 Uji Godness of Fit	71
Tabel 4.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Tabel 4.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	76
Tabel 4.3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan	76
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas pelayanan	77
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	78
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Gaya hidup	79
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	80
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Minat beli ulang	81
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Construct Reliability Dan Variance Extracted.....	82
Tabel 4.10 Uji Normalitas Data	83
Tabel 4.11 Mahalanobis d-squared	85
Tabel 4.12. Standardized RegressionWeightsVariabel Eksogen	87
Tabel 4.13 Standardized RegressionWeightsVariabel Endogen.....	88
Tabel 4.14 Standardized RegressionWeightsVariabel Eksogen	90
Tabel 4.15 Standardized RegressionWeightsVariabel Endogen setelah.....	91
Tabel 4.15 Uji Full Model <i>goodness of fit</i> SEM	94
Tabel 4.17 Nilai Squared Multiple Correlation.....	94
Tabel 4.18Tabel Regression Weights	96
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis	96
Tabel 4.20 Tabel Hasil Estimasi <i>Direct Effect</i>	100
Tabel 4.21 Tabel Hasil Estimasi <i>Indirect Effect</i>	101
Tabel 4.22 Tabel Hasil <i>Total Effect</i>	102

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Konsumsi Kopi Nasional Tahun 2016 – 2021.....	1
Gambar 1.2 Kategori Kedai Kopi Fase 1 2022	3
Gambar 2.1 Kerangka berpikir.....	50
Gambar 3.1 Diagram Alur.....	66
Gambar 4.1. Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan Model....	86
Gambar 4.2. Pengujian Konfirmatori Endogen Sebelum Perbaikan Model	88
Gambar 4.3 Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan Model.....	89
Gambar 4.4 Pengujian Konfirmatori Endogen Setelah Perbaikan Model	91
Gambar 4.5 Analisis Full Variabel Eksogen dan Endogen.....	92
Gambar 4.6 Hasil Uji Full Model Structural Equation Modelling (SEM).....	93

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