



**PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA DAN NILAI  
PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI  
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PADA PELANGGAN ARMINA SKINCARE  
DEMAK**

**Skripsi**

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun oleh

**IKA RISMAWATI**

**NIM. 2019-11-110**

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



**PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA DAN NILAI  
PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI  
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PADA PELANGGAN ARMINA SKINCARE  
DEMAK**

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

Oleh

**IKA RISMAWATI**

**NIM. 2019-11-110**

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

**PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA DAN NILAI PELANGGAN  
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA  
PELANGGAN ARMINA SKINCARE DEMAK**

Nama : Ika Rismawati  
NIM : 2019-11-110  
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, .....

Mengetahui  
Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)  
NIDN: 0024037701

Pembimbing I



(Nurtul Rizka Arumsari, S.E., M.M)  
NIDN: 0628048702

Mengetahui  
Dekan



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

Pembimbing II



(Mira Meilia Marka, S.E., M.M)  
NIDN: 0606058801

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan mereka sendiri.

(QS-Ar Rad 11)

Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.

(QS-Al Baqoroh 286)

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan secara moral dan materiil sehingga saya bisa sampai dititik sekarang ini.
2. Segenap keluarga yang ikut seta memberikan dukungan.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan karunianya sampai saat ini penulis masih diberikan nikmat iman dan islam sehingga dapat tersusun skripsi yang berjudul **Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Nilai Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Armina Skincare Demak**. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan dukungan bantuan, pengarahan, dorongan, motivasi dan masukan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih 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.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Mira Meilia Marka, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II skripsi yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, masukan, arahan dan motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
6. Kedua orang tua yang telah mendidik, merawat dan menyayangi saya dan tiada henti mendoakan saya dan memberikan dukungan penuh serta masukan dan nasihat yang menghidupkan semangat saya
7. Seluruh dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Jurusan Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah memberikan pengetahuan kepada penulis selama mengikuti kuliah selama ini.
8. Para staff tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan kelancaran proses administrasi selama kuliah dan penulisan skripsi ini.
9. Pimpinan dan karyawan Armina Skincare Demak yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan telah banyak membantu dalam rangka penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh responden yaitu pelanggan Klinik Armina Skincare Demak.
11. Teman-teman serta kerabat yang turut memberikan dukungan dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.

Kudus,  
Penulis

2023

Ika Rismawati  
NIM. 2019-11-110

**PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA DAN NILAI PELANGGAN  
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA  
PELANGGAN ARMINA SKINCARE DEMAK**

Ika Rismawati  
NIM. 2019-11-110

Pembimbing: 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M  
2. Mira Meilia Marka, S.E., M.M

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

**ABSTRAKSI**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Nilai Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Armina Skincare Demak. Objek dari penelitian ini adalah pelanggan yang berkunjung ke Armina Skincare Demak lebih dari 1 kali dan minimal berumur 20 tahun. Sampel pada penelitian ini adalah 125 responden. Menggunakan metode *purposive sampling* dalam penyebaran kuesioner yang diolah menggunakan AMOS 24. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel variasi produk, harga dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel variasi produk, harga dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang. Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara variabel nilai pelanggan terhadap minat beli ulang. Kepuasan pelanggan tidak mampu memediasi pada pengaruh variasi produk terhadap minat beli ulang. Kepuasan pelanggan tidak mampu memediasi pada pengaruh harga terhadap minat beli ulang. Kepuasan pelanggan mampu memediasi pada pengaruh nilai pelanggan terhadap minat beli ulang.

**Kata Kunci: Variasi Produk, Harga, Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang**

***THE EFFECT OF PRODUCT VARIATION, PRICE AND CUSTOMER  
VALUE ON REPURCHASE INTENTIONS THROUGH CUSTOMER  
SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE FOR ARMINA  
SKINCARE DEMAK CUSTOMERS***

Ika Rismawati  
NIM. 2019-11-110

*Supervisor:* 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M  
2. Mira Meilia Marka, S.E., M.M

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

***ABSTRACTION***

*The purpose of this study was to analyze The Effect Of Product Variation, Price And Customer Value On Repurchase Intention Through Customer Satisfaction As An Intervening Variable For Armina Skincare Demak customers. The object of this research is customers who visit Armina Skincare Demak more than 1 time and are at least 20 years old. The sample in this study were 125 respondents. Using a purposive sampling method in distributing questionnaires that were processed using AMOS 24. The results of this study indicate that there is a positive and significant influence between product variation, price and customer value variables on customer satisfaction. There is a positive and significant influence between product variation, price and customer satisfaction on repurchase intention. There is a negative and not significant effect of the customer value variable on repurchase intention. Customer satisfaction is not able to mediate the effect of product variations on repurchase intention. Customer satisfaction is not able to mediate the effect of price on repurchase intention. Customer satisfaction is able to mediate the effect of customer value on repurchase intention.*

***Keywords: Product Variety, Price, Customer Value, Customer Satisfaction, Repurchase Intention***



## DAFTAR ISI

	<b>Hal</b>
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>RINGKASAN / ABSTRAKSI</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	8
1.3. Perumusan Masalah .....	8
1.4. Tujuan Penelitian .....	10
1.5. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	12
2.1. Pengertian Variabel.....	12
2.1.1. Minat Beli Ulang.....	12
2.1.2. Indikator Minat Beli Ulang .....	13
2.1.3. Kepuasan Pelanggan .....	14
2.1.4. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	15

2.1.5. Variasi Produk.....	15
2.1.6. Indikator Variasi Produk.....	16
2.1.7. Harga.....	17
2.1.8. Indikator Harga.....	18
2.1.9. Nilai Pelanggan.....	19
2.1.10. Indikator Nilai Pelanggan.....	20
2.2. Pengaruh Antar Variabel.....	20
2.2.1. Pengaruh Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	20
2.2.2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	21
2.2.3. Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
2.2.4. Pengaruh Variasi Produk terhadap Minat Beli Ulang.....	23
2.2.5. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Ulang.....	24
2.2.6. Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang.....	25
2.2.7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang.....	26
2.3. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	27
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	31
2.5. Perumusan Hipotesis.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1. Rancangan Penelitian.....	33
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	33
3.2.1. Variabel Penelitian.....	33
3.2.2. Definisi Operasional.....	34
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	38

3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	38
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6. Uji Instrumen Data.....	41
3.6.1. Uji Validitas .....	41
3.6.2. Uji Reliabilitas .....	42
3.7. Analisis Data .....	42
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
4.1. Gambaran Objek Penelitian .....	50
4.1.1. Profil Armina Skincare Demak .....	50
4.1.2. Sejarah Singkat Armina Skincare .....	50
4.1.3. Visi dan Misi Armina Skincare.....	51
4.2. Penyajian Data .....	52
4.2.1. Karakteristik Responden .....	52
4.2.2. Deskriptif Variabel Penelitian.....	53
4.3. Analisis Data .....	57
4.3.1. Uji Instrumen Data.....	57
4.3.2. Uji Normalitas.....	61
4.3.3. Evaluasi Outliers .....	62
4.3.4. Analisis Faktor Konfirmatori .....	63
4.3.5. Structur Equation Full Model.....	73
4.3.6. Persamaan Regresi .....	76
4.3.7. Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	78
4.3.8. Uji Hipotesis .....	79

4.3.9. Uji Mediasi.....	82
4.4. Pembahasan.....	85
4.4.1. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	85
4.4.2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	86
4.4.3. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	86
4.4.4. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang .....	87
4.4.5. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang .....	88
4.4.6. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang .....	88
4.4.7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang .....	89
4.4.8. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan .....	90
4.4.9. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan .....	90
4.4.10. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan .....	91
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>93</b>
5.1. Kesimpulan .....	93
5.2. Saran.....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>100</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Hal</b>
Tabel 1.1 Variasi Produk dan Harga Klinik Armina Skincare Demak .....	5
Tabel 3.1 Penilaian Kriteria <i>Goodness Of Fit Index Full Model</i> .....	48
Tabel 4.1 Data Jenis Kelamin Responden.....	52
Tabel 4.2 Data Usia Responden .....	52
Tabel 4.3 Data Pekerjaan Responden.....	53
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variasi Produk.....	54
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Harga .....	54
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Nilai Pelanggan .....	55
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	56
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli Ulang .....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas dengan AVE.....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> .....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas .....	60
Tabel 4.13 Uji Normalitas.....	61
Tabel 4.14 Hasil Analisis <i>Outlier</i> .....	62
Tabel 4.15 Uji Model <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen .....	64
Tabel 4.16 Uji Model <i>Goodness of Fit</i> Variabel Endogen.....	65
Tabel 4.17 Uji Model <i>Goodness of Fit</i> Full Measurement Sebelum Perbaikan.....	67
Tabel 4.18 Hasil Analisis Konfirmatori Konstruk Full Measurement Sebelum Perbaikan .....	67

Tabel 4.19 <i>Standardized Direct Full Measurement</i> Sebelum Perbaikan .....	68
Tabel 4.20 Uji Model <i>Goodness of Fit</i> Variabel Full Measurement Setelah Perbaikan .....	70
Tabel 4.21 Hasil Analisis Konfirmatori Konstruk Full Measurement Setelah Perbaikan .....	71
Tabel 4.22 <i>Standardized Direct Full Measurement</i> Setelah Perbaikan .....	72
Tabel 4.23 Uji Model <i>Goodness of Fit</i> Variabel Full Model SEM.....	73
Tabel 4.24 Hasil Analisis Konfirmatori Konstruk Full SEM .....	74
Tabel 4.25 <i>Standardized Direct SEM</i> Penuh .....	75
Tabel 4.26 <i>Standardized Regression Weights</i> .....	76
Tabel 4.27 <i>Square Multiple Correlation</i> .....	78
Tabel 4.28 <i>Regression Weights Standardized Estimates</i> .....	80
Tabel 4.29 Pengaruh Langsung Antar Variabel Penelitian.....	83
Tabel 4.30 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian.....	83
Tabel 4.31 Besar Total <i>Effect</i> .....	85

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Hal</b>
Gambar 1.1 Data Pengunjung Klinik Armina Skincare Demak Tahun 2022.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	31
Gambar 4.1 Variabel Eksogen .....	63
Gambar 4.2 Variabel Endogen .....	65
Gambar 4.3 Model Analisis Konfirmatori Penuh Sebelum Perbaikan .....	66
Gambar 4.4 Model Analisis Konfirmatori Penuh Setelah Perbaikan .....	70
Gambar 4.5 Pengujian Model SEM Penuh .....	73