



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK  
DAN DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG  
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PADA JENANG KAROMAH KUDUS**

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

Oleh :

**NOOR ASYIAH**

**NIM. 2019-11-084**

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

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK  
DAN DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG  
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PADA JENANG KAROMAH KUDUS**

Nama : NOOR ASIYAH  
Nim : 2019-11-084  
Program Studi : Manajemen

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

Mengetahui,  
Ketua Program

  
**(NOOR INDAH RAHMAWATI, SE, MM)**  
NIDN. 0024037701

Kudus,  
Pembimbing I


  
**(NURUL RIZKA ARUMSARI, SE, MM)**  
NIDN. 0628048702

Mengetahui,



  
**(Dr. KERTAJI SUMEKAR, SE, MM)**  
NIDN: 0616077304

Pembimbing II

  
**(MIRA MEILIA MARKA, SE, MM)**  
NIDN. 0606058801

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

1. “Jangan kamu merasa lemah dan jangan bersedih, sebab kamu paling tinggi derajatnya jika kamu beriman.” (Q.S Ali Imran: 139)
2. “Agar kamu tidak bersedih hati terhadap apa yang luput dari kamu dan tidak pula terlalu gembira terhadap apa yang diberikan-Nya kepadamu. Dan Allah tidak menyukai terhadap orang yang sombong dan membanggakan diri.” (Q.S Al-Hadid: 23)
3. “Kamu sekali-kali tidak akan melihat pada ciptaan Tuhan Yang Maha Pemurah sesuatu yang tidak seimbang. Maka lihatlah berulang-ulang, adakah kamu lihat sesuatu yang tidak seimbang?” (Q.S Al-Mulk: 3)
4. “Dan barangsiapa berbuat kesalahan atau dosa, kemudian dia tuduhkan kepada orang yang tidak bersalah, maka sungguh dia telah memikul suatu kebohongan dan dosa yang nyata.” (Q.S An-Nisa’: 112)

### **Kupersembahkan Kepada :**

1. Kedua orangtuaku tercinta
2. Teman-teman
3. Almamaterku

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmaynya-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dengan judul **PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA JENANG KAROMAH KUDUS** yang merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Pada kesempatan ini, perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UMK, serta selaku Dosen Pembimbing Kedua yang selama ini memberi arahan dan bimbingannya hingga terselesainya.
3. Noor Indah Rahmawati, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMK yang telah menyetujui penulisan skripsi ini.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E, M.M, selaku Dosen Pembimbing Pertama yang membimbing yang telah memberikan bimbingan dan berbagai pengalaman kepada penulis.
5. Mira Meilia Marka, S.E, MM, selaku Dosen Pembimbing Kedua yang selama ini memberi arahan dan bimbingannya hingga terselesainya.
6. Teman-teman Manajemen SI dan Almamaterku.

7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

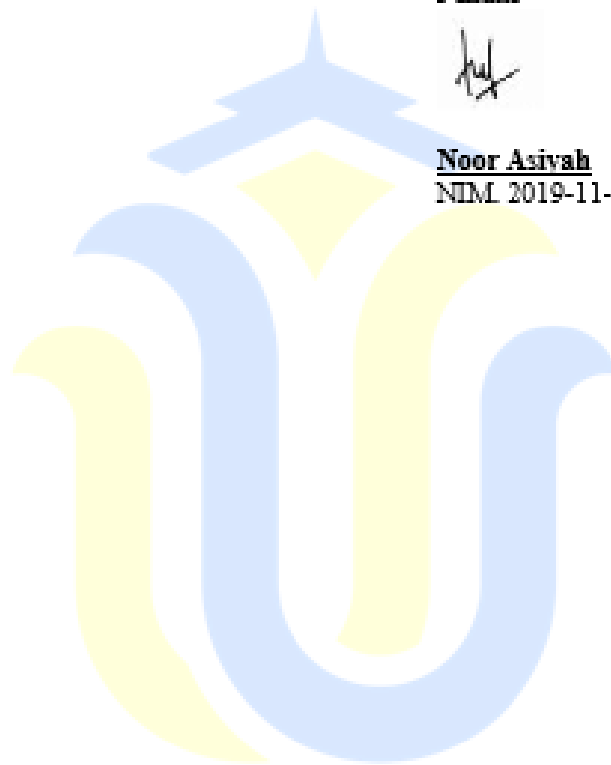
Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan.

Kudus,  
Penulis

2023



**Noor Asiyah**  
NIM. 2019-11-084



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN DESAIN  
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA JENANG  
KAROMAH KUDUS**

Noor Asiyah  
NIM. 2019-11-084

Dosen Pembimbing I Nurul Rizka Arumsari, S.E, M.M  
Dosen Pembimbing II Mira Meilia Marka, S.E, M.M

UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini memiliki tujuan menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan desain produk terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Jenang Karomah Kudus. Sampel penelitian ini sebanyak 125 responden. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji analisis menggunakan pengujian SEM AMOS. Temuan lapangan menyimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. Ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Ada pengaruh positif dan signifikan desain produk terhadap kepuasan pelanggan. Ada pengaruh positif dan signifikan persepsi harga terhadap minat beli ulang, Ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap minat beli ulang. Ada pengaruh positif dan signifikan desain produk terhadap minat beli ulang. Ada pengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada Jenang Karomah Kudus.

Kata Kunci : Persepsi harga, kualitas produk, desain produk, kepuasan pelanggan, minat beli ulang.

*THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTIONS, PRODUCT QUALITY AND  
PRODUCT DESIGN ON REPURCHASE INTEREST WITH CUSTOMER  
SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLES IN JENANG KAROMAH  
KUDUS*

*Noor Asiyah  
NIM. 2019-11-084*

*Advisor I Nurul Rizka Arumsari, S.E, M.M  
Advisor II Mira Meilia Marka, S.E, M.M*

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

*ABSTRACT*

*This study aims to analyze the effect of price perception, product quality and product design on repurchase intention with customer satisfaction as an intervening variable in Jenang Karamah Kudus. The sample of this research is 125 respondents. The instrument test uses validity and reliability tests. Test analysis using AMOS SEM testing. Field findings conclude that there is a positive and significant effect of perceived price on customer satisfaction. There is a positive and significant effect of product quality on customer satisfaction. There is a positive and significant effect of product design on customer satisfaction. There is a positive and significant effect of perceived price on repurchase intention. There is a positive and significant effect of product quality on repurchase intention. There is a positive and significant effect of product design on repurchase intention. There is a positive and significant influence of customer satisfaction on repurchasing intention at Jenang Karomah.*

*Keywords: perceived price, product quality, product design, customer satisfaction, repurchase intention.*





## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO .DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	7
1.3. Perumusan Masalah .....	8
1.4. Tujuan Penelitian .....	9
1.5. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1. Kepuasan Pelanggan .....	11
2.2. Minat Beli Ulang .....	13
2.3. Persepsi Harga .....	17
2.4. Kualitas Produk .....	17
2.5. Desain Produk .....	22
2.6. Pengaruh Antar Variabel .....	24
2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	31
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	34
2.9. Hipotesis .....	35
BAB. III. METODE PENELITIAN .....	37
3.1. Rancangan Penelitian .....	37
3.2. Variabel Penelitian.....	37
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	40
3.4. Populasi, Sampel.....	34
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	42
3.6. Pengoalahan Data .....	42
3.7. Uji Instrumen Data .....	43
3.8. Analisis Data .....	44
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	54
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	54
4.2. Penyajian Data .....	57
4.3. Analisis Data .....	83
4.4. Pembahasan .....	77
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....	92
5.1. Kesimpulan .....	92
5.2. Saran .....	92
DAFTAR PUSTAKA .....	94
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1. Perbandingan Harga Produk Jenang Karomah dengan Pesaing Data Komitmen Organisasi Karyawan di PT. Indomaju.....	13
1.2. Data Keluhan mengenai Kualitas Produk pada Jenang Karomah Kluds Tahun 2020-2023 .....	4
1.3. Data Keluhan mengenai Sesain Jennag Kabupaten Kudus.....	6
1.4. Jumlah Pelanggan di Outler Jenang Kudus Karomah Tahun 2023-2023 .....	6
3.1. Tabel Goodness of Fit Index .....	52
4.1. Karakteristik Responden .....	58
4.2. Frekuensi Variabel Persepsi Harga .....	59
4.3. Frekuensi Variabel Kualitas Produk .....	60
4.4. Frekuensi Variabel Desain Produk .....	60
4.5. Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	61
4.6. Validity Convergent .....	63
4.7. Uji AVE .....	63
4.8. Discriminant Validity.....	64
4.9. Uji reliabilitas .....	65
4.10. Uji Normalitas Data .....	66
4.11. Uji Outliers Data .....	67
4.12. Uji Multikolinearitas .....	67
4.13. Evaluasi Kriiteria Goodness of Fit Indices Variabel Eksogen (X) Tahap Awal .....	69
4.14. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Variabel Eksogen (X) Tahap Valid .....	70
4.15. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Variabel Endogen Pengujian Kesesuaian Analisis Structural Equation Modelling Full Measurement .....	71
4.16. Hasil estimasi <i>Standardized Regression Weight</i> .....	76
4.17. <i>Regression Weights Standardized Estimates</i> .....	78
4.19. Pengaruh Langsung (Direct Effect) dan Tidak Langsung (Indirect Effect) .....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Kerangka Pikir Teoritis .....	35
4.1.	Confirmatory Factor Analisis Variabel Eksogen Tahap Awal .....	68
4.2.	Confirmatory Factor Analisis Variabel Eksogen Tahap Valid .....	69
4.3.	Confirmatory Factor Analisis Variabel Endogen Tahap Awal .....	71
4.4.	Confirmatory Factor Analisis Variabel Endogen Tahap Valid.....	72
4.5.	Conformatory Full Model Measurement .....	74
4.6.	Struktur Estimasi Standardized Regression Weight .....	76

