



**PENGARUH INOVASI PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA MAKANAN
CEPAT SAJI KFC CABANG KUDUS)**

Disusun oleh:
KHUMAIDAH
NIM. 2019-11-007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH INOVASI PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA MAKANAN
CEPAT SAJI KFC CABANG KUDUS)**

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

Disusun oleh:
KHUMAIDAH
NIM. 2019-11-007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH INOVASI PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA MAKANAN CEPAT SAJI KFC CABANG KUDUS)**

Nama : Khumaidah
NIM : 2019-11-007
Program Studi : Manajemen

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

Kudus.....

Pembimbing I




(Nuful Rizka Arumsari, S.E., M.M)
NIDN. 0628048702

Pembimbing II



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

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



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


**PENGARUH INOVASI PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA MAKANAN CEPAT SAJI KFC CABANG KUDUS)**

Nama : Khumaidah
Nim : 2019-11-007
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


(Nurul 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

Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.

(QS-Al Baqoroh:286)

Barang siapa yang keluar untuk mencari ilmu, maka dia berada di jalan Allah

SWT.

(HR. Turmudzi)

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.
3. Teman-teman almamater UMK yang selalu mendukung dan memotivasi sehingga terselesainya skripsi ini.

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 Inovasi Produk, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Makanan Cepat Saji KFC Cabang Kudus)**. 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 sebagai 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 dan Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan kelancaran proses administrasi selama kuliah dan penulisan skripsi ini.
9. Pimpinan dan karyawan KFC Cabang Kudus yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan telah banyak membantu dalam rangka penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh responden yaitu pelanggan KFC Cabang Kudus.
11. Teman-teman serta kerabat yang turut memberikan dukungan dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.

Kudus,
Penulis

Khumaidah
NIM. 2019-11-007

**PENGARUH INOVASI PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA MAKANAN
CEPAT SAJI KFC CABANG KUDUS)**

Khumaidah

NIM. 2019-11-007

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 inovasi produk, persepsi harga dan lokasi terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Responden penelitian ini adalah masyarakat yang pernah berkunjung ke KFC Cabang Kudus lebih dari 1 kali dan minimal berumur 17 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 inovasi produk, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel inovasi produk, persepsi harga dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang. Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara variabel lokasi terhadap minat beli ulang. Kepuasan pelanggan tidak mampu memediasi pada pengaruh inovasi produk terhadap minat beli ulang. Kepuasan pelanggan tidak mampu memediasi pada pengaruh persepsi harga terhadap minat beli ulang. Kepuasan pelanggan mampu memediasi pada pengaruh lokasi terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Persepsi Harga, Lokasi, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang.

***THE EFFECT OF PRODUCT INNOVATION, PERCEIVED PRICE AND
LOCATION ON REPURCHASE INTENTION WITH CUSTOMER
SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE (STUDY ON FAST
FOOD KFC KUDUS BRANCH)***

Khumaidah

NIM. 2019-11-007

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 innovation, perceived price and location on repeat purchase intention and customer satisfaction as an intervening variable. Respondents this study were people who had visited KFC Kudus more than 1 time and were at least 17 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 innovation, perceived price and location variables on customer satisfaction. There is a positive and significant influence between product innovation, price perception and customer satisfaction on repurchase intention. There is a negative and not significant effect between location variables on repurchase intention. Customer satisfaction is unable to mediate the effect of product innovation on repurchase intention. Customer satisfaction is unable to mediate the influence of price perception on repurchase intention. Customer satisfaction is able to mediate the influence of location on repurchase interest.

Keywords: Product Innovation, Perceived Price, Location, Customer Satisfaction, Repurchase Intention.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
RINGKASAN / ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	8
1.3. Perumusan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Pengertian Variabel	12
2.1.1. Minat Beli Ulang	12
2.1.2. Kepuasan Pelanggan	14
2.1.3. Inovasi Produk	15
2.1.4. Persepsi Harga	17

2.1.5. Lokasi.....	19
2.2. Pengaruh Antar Variabel.....	21
2.3. Tinjauan Penelitian Terdahulu	28
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis	31
2.5. Perumusan Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Rancangan Penelitian.....	33
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
3.2.1. Variabel Eksogen	33
3.2.2. Variabel Endogen.....	34
3.2.3. Variabel Intervening.....	35
3.3. Jenis Data	35
3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	36
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6. Metode Analisis Data.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1. Gambaran Objek Penelitian	45
4.1.1. Profil KFC Kudus	45
4.1.2. Sejarah Singkat KFC.....	45
4.1.3. Visi dan Misi KFC	46
4.2. Penyajian Data	46
4.2.1. Karakteristik Responden	46
4.2.2. Deskriptif Variabel Penelitian.....	48

4.3. Analisis Data	52
4.3.1. Analisis Faktor Konfirmatori	52
4.3.2. Uji Instrumen Data	61
4.3.3. Uji Normalitas	65
4.3.4. Evaluasi Outliers	66
4.3.5. Structur Equation Full Model.....	67
4.3.6. Persamaan Regresi	70
4.3.7. Koefisien Determinasi (R ²)	72
4.3.8. Uji Hipotesis	73
4.3.9. Uji Mediasi.....	76
4.4. Pembahasan.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1. Kesimpulan	87
5.2. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Top Brand Index	4
Tabel 3.1 Penilaian Kriteria <i>Goodness Of Fit Index Full Model</i>	43
Tabel 4.1 Data Jenis Kelamin Responden.....	47
Tabel 4.2 Data Usia Responden	47
Tabel 4.3 Data Pekerjaan Responden.....	48
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Inovasi Produk.....	49
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Harga.....	49
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Lokasi	50
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	51
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli Ulang	51
Tabel 4.9 Uji Model <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen	53
Tabel 4.10 Uji Model <i>Goodness of Fit</i> Variabel Endogen.....	54
Tabel 4.11 Uji Model <i>Goodness of Fit</i> Full Measurement Sebelum Perbaikan .	56
Tabel 4.12 Hasil Analisis Konfirmatori Konstruk Full Measurement Sebelum Perbaikan	56
Tabel 4.13 <i>Standardized Direct</i> Full Measurement Sebelum Perbaikan	57
Tabel 4.14 Uji Model <i>Goodness of Fit</i> Variabel Full Measurement Setelah Perbaikan	59
Tabel 4.15 Hasil Analisis Konfirmatori Konstruk Full Measurement Setelah Perbaikan.....	59
Tabel 4.16 <i>Standardized Direct</i> Full Measurement Setelah Perbaikan	60
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas dengan AVE.....	63

Tabel 4.19 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	64
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.21 Uji Normalitas	65
Tabel 4.22 Hasil Analisis <i>Outlier</i>	66
Tabel 4.23 Uji Model <i>Goodness of Fit</i> Variabel Full Model	68
Tabel 4.24 Hasil Analisis Konfirmatori Konstruksi Full Model	68
Tabel 4.25 <i>Standardized Direct</i> Full Model	69
Tabel 4.26 <i>Standardized Regression Weights</i>	70
Tabel 4.27 <i>Square Multiple Correlation</i>	73
Tabel 4.28 <i>Regression Weights Standardized Estimates</i>	74
Tabel 4.29 Pengaruh Langsung Antar Variabel Penelitian	77
Tabel 4.30 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian	77
Tabel 4.31 Besar Total <i>Effect</i>	79

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 Jumlah gerai KFC di Indonesia	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 4.1 Variabel Eksogen	52
Gambar 4.2 Variabel Endogen	54
Gambar 4.3 Model Analisis Konfirmatori Penuh Sebelum Perbaikan	55
Gambar 4.4 Model Analisis Konfirmatori Penuh Setelah Perbaikan	58
Gambar 4.5 Pengujian Model SEM Penuh	67