



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN  
DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI  
ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING PADA PT. RAMAYANA  
LESTARI SENTOSA DI KUDUS**

Diajukan Oleh :

**SUKMAWANDI**  
NIM. 201911294

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



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS  
PELAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN  
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI  
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PADA PT. RAMAYANA  
LESTARI SENTOSA DI 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 :

**SUKMAWANDI**

NIM. 201911294

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN  
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI  
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA  
PT. RAMAYANA LESTARI SENTOSA DI KUDUS**

Nama : Sukmawandi  
NIM : 2019-11-294  
Program Studi : Manajemen

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

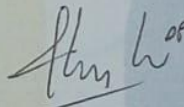
Kudus, 25 Januari 2024

Pembimbing I



**(Sutono, S.E., M.M., Ph.D)**  
NIDN. 0626017003

Pembimbing II



**(Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M)**  
NIDN. 0610019601

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen



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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN  
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI  
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA  
PT. RAMAYANA LESTARI SENTOSA DI KUDUS**


Nama : Sukmawandi  
NIM : 2019-11-294  
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


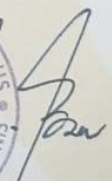
Pembimbing I

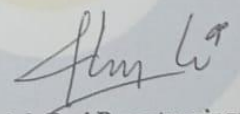
  
**(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)**  
NIDN. 0024037701

  
**(Sutono, S.E., M.M., Ph.D)**  
NIDN. 0626017003

Mengetahui  
Dekan

Pembimbing II

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

  
**(Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M)**  
NIDN. 0610019601

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO :**

“Sukses berjalan dari satu kegagalan ke kegagalan yang lain, tanpa kita kehilangan semangat.”

**- Abraham Lincoln-**

### **PERSEMBAHAN :**

Sujud syukurku kusembahkan kepadaMu ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi, penulis persembahkan karya kecil ini untuk Keluarga tercinta.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada PT. Ramayana Lestari Sentosa di Kudus”**, ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terealisasi. Untuk itu 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 Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Sutono, S.E., M.M.,Ph.D, selaku Dosen Pembimbing I dan Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar dan staf karyawan pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.
6. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam melakukan penulisan skripsi.

7. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat seperjuangan terimakasih selalu membantuku dalam semua pengerjaan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga amal baik beliau tersebut di atas dan juga semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan mendapatkan balasan pahala yang berlipat ganda di sisi Allah SWT. *Aamiin*.

Akhirnya penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh mencapai kesempurnaan dalam arti sebenarnya, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya.

Kudus, 2024

Penulis,

**SUKMAWANDI**  
NIM. 201911294

**Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi  
Penjualan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan  
Konsumen sebagai Variabel Intervening pada PT. Ramayana  
Lestari Sentosa di Kudus**

**SUKMAWANDI**

NIM. 201911294

Pembimbing : 1. Sutono, S.E., M.M.,Ph.D

2. Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M

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

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi penjualan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada PT. Ramayana Lestari Sentosa di Kudus. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel adalah konsumen yang berbelanja di PT. Ramayana Lestari Sentosa di Kudus yang berjumlah 130 responden dan pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis *structural equation model* (SEM) AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Ramayana Lestari Sentosa di Kudus. Promosi penjualan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Ramayana Lestari Sentosa di Kudus. Kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada PT. Ramayana Lestari Sentosa di Kudus. Promosi penjualan tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang pada PT. Ramayana Lestari Sentosa di Kudus.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan,  
Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang.**



***The Influence of Product Quality, Service Quality and Sales Promotion on Repurchase Intention through Consumer Satisfaction as an Intervening Variable at PT. Ramayana Lestari Sentosa in Kudus***

**SUKMAWANDI**

NIM. 201911294

Lecturer : 1. Sutono, S.E., M.M., Ph.D  
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M

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

**ABSTRACT**

*The aim of this research is to analyze product quality, service quality and sales promotions on repurchase interest through consumer satisfaction as an intervening variable at PT. Ramayana Lestari Sentosa in Kudus. The approach used in this research is a quantitative approach. The sample is consumers who shop at PT. Ramayana Lestari Sentosa in Kudus amounted to 130 respondents and sampling used purposive sampling. The data collection technique uses a questionnaire method. The data analysis technique uses AMOS structural equation model (SEM) analysis. The research results show that product quality and service quality have a positive and significant effect on consumer satisfaction at PT. Ramayana Lestari Sentosa in Kudus. Sales promotions have no effect on consumer satisfaction at PT. Ramayana Lestari Sentosa in Kudus. Product quality, service quality and consumer satisfaction have a positive and significant effect on repurchase interest at PT. Ramayana Lestari Sentosa in Kudus. Sales promotions have no effect on repurchase interest at PT. Ramayana Lestari Sentosa in Kudus.*

**Keywords:** *Product Quality, Service Quality, Sales Promotion, Consumer Satisfaction and Repurchase Intention.*

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Ruang Lingkup .....	9
1.3 Perumusan Masalah .....	10
1.4 Tujuan Penelitian .....	12
1.5 Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kualitas Produk .....	14
2.1.1 Pengertian Kualitas Produk .....	14
2.2.1 Indikator Kualitas Produk .....	17
2.2 Kualitas Pelayanan .....	17
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	17
2.2.2 Indikator Kualitas Pelayanan .....	21
2.3 Promosi Penjualan .....	22

2.3.1 Pengertian Promosi Penjualan .....	Halaman 22
2.3.2 Indikator Promosi Penjualan .....	26
2.4 Kepuasan Konsumen.....	27
2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	27
2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	30
2.4.3 Indikator Kepuasan Konsumen .....	31
2.5 Minat Beli Ulang.....	33
2.5.1 Pengertian Minat Beli Ulang .....	33
2.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang .....	36
2.5.3 Indikator Minat Beli Ulang.....	37
2.6 Pengaruh antar Variabel.....	38
2.6.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen .....	38
2.6.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	39
2.6.3 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Konsumen.....	40
2.6.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang .....	41
2.6.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang .....	42
2.6.6 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang .....	44
2.6.7 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang.....	45
2.7 Penelitian Terdahulu .....	46
2.8 Kerangka Pemikiran .....	52
2.9 Hipotesis.....	54

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

3.1 Rancangan Penelitian .....	Halaman 56
3.2 Jenis Variabel .....	57
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	57
1. Kualitas Produk ( $X_1$ ) .....	58
2. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) .....	59
3. Promosi Penjualan ( $X_3$ ).....	59
4. Kepuasan Konsumen ( $Y_1$ ).....	60
5. Minat Beli Ulang ( $Y_2$ ).....	61
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	61
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	62
3.6 Pengumpulan Data .....	64
3.7 Pengolahan Data.....	64
3.8 Analisis Data .....	64
3.8.1 Uji Validitas dan Realibilitas.....	65
1. Uji Validitas .....	65
a. <i>Convergent Validity</i> .....	65
b. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	65
c. <i>Discriminant Validity</i> .....	66
2. Uji Reliabilitas .....	66
3.8.2 Analisis SEM.....	67
1. <i>Measurement Model (Full Measurement)</i> .....	67
2. <i>Structural Model (Full Model)</i> .....	69

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Gambaran Umum PT. Ramayana Lestari Sentosa di Kudus .....	71
4.1.1 Sejarah PT. Ramayana Lestari Sentosa di Kudus .....	71
4.1.2 Visi dan Misi PT. Ramayana Lestari Sentosa di Kudus.....	72
4.2. Gambaran Umum Responden .....	73
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	73

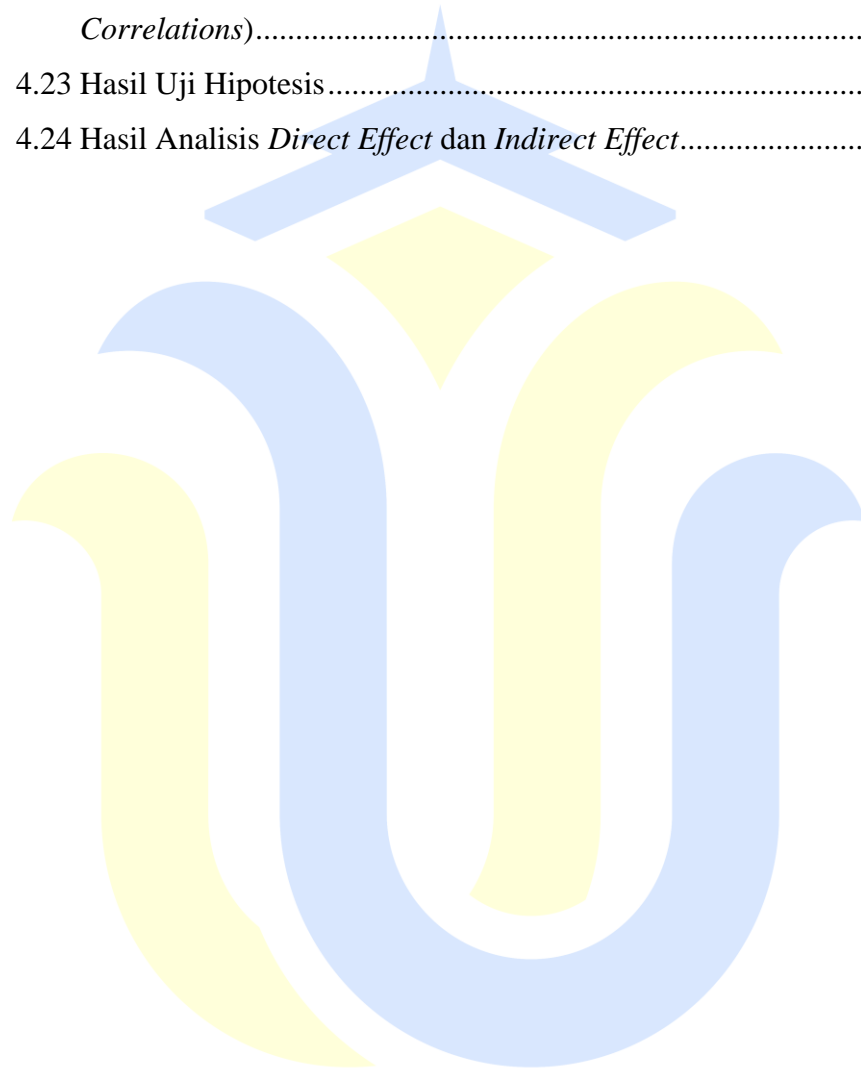
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	74
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Formal.....	74
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	75
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	76
4.3. Statistik Deskriptif .....	77
4.3.1 Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ).....	77
4.3.2 Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ).....	78
4.3.3 Variabel Promosi Penjualan ( $X_3$ ) .....	80
4.3.4 Variabel Kepuasan Konsumen ( $Y_1$ ) .....	82
4.3.5 Variabel Minat Beli Ulang ( $Y_2$ ).....	83
4.4. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	85
4.4.1 Uji Validitas.....	85
4.4.1.1 <i>Convergent Validity</i> .....	85
4.4.1.2 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	91
4.4.1.3 <i>Discriminant Validity</i> .....	91
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	92
4.5. Evaluasi atas Asumsi-Asumsi SEM.....	93
4.5.1 Uji Normalitas .....	93
4.5.2 Uji <i>Outlier</i> .....	94
4.6. Analisis <i>Full Model</i> .....	95
4.7. <i>Regression Weight</i> .....	97
4.8. Uji Hipotesis .....	100
4.9. Analisis <i>Direct Effect</i> dan <i>Indirect Effect</i> .....	103
4.10. Pembahasan .....	105
4.10.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen .....	105
4.10.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen .....	107

4.10.3 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Konsumen .....	108
4.10.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang.....	109
4.10.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang .....	111
4.10.6 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang .....	112
4.10.7 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang .....	113
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	115
5.2. Saran.....	116
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Data Penjualan PT. Ramayana Lestari Sentosa .....	5
Tabel 1.2	<i>Review</i> Konsumen atas Kualitas Produk .....	5
Tabel 1.3	<i>Review</i> Konsumen atas Kualitas Layanan .....	6
Tabel 1.4	<i>Review</i> Konsumen atas Promosi Penjualan .....	6
Tabel 1.5	<i>Review</i> Konsumen atas Kepuasan Konsumen .....	7
Tabel 3.1	Uji <i>Godness of Fit</i> .....	69
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	73
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	74
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Formal .....	75
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	75
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian ...	76
Tabel 4.6	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ).....	77
Tabel 4.7	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) ....	79
Tabel 4.8	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Promosi Penjualan ( $X_3$ ).....	80
Tabel 4.9	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen ( $Y_1$ ).	82
Tabel 4.10	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang ( $Y_2$ ).....	83
Tabel 4.11	Hasil Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Full Measurement</i> Sebelum Adanya Perbaikan Model.....	87
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Full Measurement</i> Sebelum Adanya Perbaikan Model.....	87
Tabel 4.13	Hasil Kriteria <i>Goodness of Fit Index Full Measurement</i> Setelah Adanya Perbaikan Model.....	89
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>Full Measurement</i> Setelah Adanya Perbaikan Model.....	90
Tabel 4.15	Hasil Pengujian <i>Avarage Variance Extracted (AVE)</i> .....	91
Tabel 4.16	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> .....	92
Tabel 4.17	Hasil Uji Reliabilitas.....	93

Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas .....	93
Tabel 4.19 Hasil Uji <i>Outlier</i> .....	95
Tabel 4.20 Hasil Kriteria <i>Goodness of Fit Index Full Model</i> .....	96
Tabel 4.21 Hasil <i>Standardized Regression Weights</i> .....	97
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( <i>Squared Multiple Correlations</i> ).....	99
Tabel 4.23 Hasil Uji Hipotesis.....	101
Tabel 4.24 Hasil Analisis <i>Direct Effect</i> dan <i>Indirect Effect</i> .....	104





## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada PT. Ramayana Lestari Sentosa di Kudus .....	54
Gambar 4.1 Output Convergent Validity <i>Full Measurement</i> Sebelum Adanya Perbaikan Model .....	86
Gambar 4.2 <i>Output Convergent Validity Full Measurement</i> Setelah Adanya Perbaikan Model .....	89
Gambar 4.3 <i>Output Full Model</i> .....	96

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Responden
- Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Responden
- Lampiran 4 *Output* Uji Validitas & Reliabilitas
- Lampiran 5 *Output* Analisis SEM

