



**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN PADA KONSUMEN LE MINERALE DI KOTA
PATI**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh

WINDI WULANDARI

201911302

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



**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN PADA KONSUMEN LE MINERALE DI KOTA
PATI**

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

Oleh

WINDI WULANDARI

201911302

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

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN PADA KONSUMEN LE MINERALE DI KOTA PATI**

Nama : Windi Wulandari

NIM : 201911302

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,1 Desember 2023

Pembimbing I

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

Pembimbing II

(Keke Tamara Fahira, S.E.,M.M)
NIDN. 0630109701

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

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

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN PADA KONSUMEN LE MINERALE DI KOTA PATI**

Nama : Windi Wulandari

NIM : 201911302

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


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

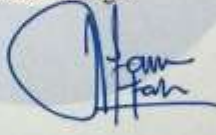
Mengetahui

Dekan

Pembimbing II



(Dr. Kertati Samekar, SE., M.M)
NIDN. 0616077304


(Keke Tamara Fahira, S.E., M.M)
NIDN. 0630109701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Karena sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah:5-6)

“Tiada doa yang sangat diimpikan melainkan doa agar skripsi ini cepat selesai”

(Windi Wulandari)

PERSEMBAHAN :

1. Ayah, Ibu, dan Adik
2. Keluarga Besar
3. Sahabat dan Teman Dekat
4. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya, atas seluruh limpahan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis mampu menyelesaikan dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Le Minerale Di Kota Pati”**. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Jurusan Pemasaran.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis dapat memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga 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. Nurul Rizka Arumsari, S.E.,M.M., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Keke Tamara Fahira, S.E.,M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen pengajar dan staf karyawan di Fakultasn Ekonomi dan Bisnis, khususnya Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus atas semua ilmu pengetahuan yang telah diberikan dan bantuan pelayanan.
7. Kedua orang tua penulis Bapak Darimin dan Ibu Sunarti, serta adik penulis Rifqi Adri Febrian dan juga keluarga besar yang selalu memberikan dukungan, semangat, dorongan dan doa selama penyusunan skripsi kepada penulis.
8. Rohmanatul Inayati atau Mbak Nana, sebagai sahabat yang telah penulis anggap sebagai kakak sendiri sebagai penasehat unggul nomor satu.
9. Naim, Efa, dan Elin, sebagai *bestie supporter* terbaik dalam memberikan semangat untuk penulis.
10. Kak Jessica, sebagai *partner* tukar pikiran terbaik selama proses penyusunan skripsi.
11. Prastiwi, Leny, Mita, dan teman-teman lainnya yang telah menjadi penyemangat untuk penulis selama proses penyusunan skripsi.
12. Artis K-POP favorit penulis NCT Dream khususnya Lee Jen0, Stray Kids, EXO, dan Seventeen yang telah memberikan semangat secara tidak langsung dari lagu-lagunya, motivasi untuk meraih mimpi dan hiburan baik *variety show* maupun *vlog youtube* yang dapat memberikan *mood booster* kepada penulis dikala penulis jenuh saat mengerjakan skripsi.

13. *Collage menfess* dan warga *collage menfess* yang sudah banyak membantu penulis saat masa-masa skripsian.

14. Dan penulis berterimakasih kepada diri sendiri yang sudah berjuang dan bertahan sejauh ini.

Sebagai manusia biasa penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritikan yang membangun. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Kudus, 11 September 2023

Penulis

Windi Wulandari
NIM.201911302

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA
KONSUMEN LE MINERALE DI KOTA PATI**

Windi Wulandari

201911302

Dosen Pembimbing 1 : Nurul Rizka Arumsari, S.E.,M.M

Dosen Pembimbing 2 : Keke Tamara Fahira, S.E.,M.M

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Le Minerale Di Kota Pati. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi tidak diketahui jumlahnya dan sampel sebanyak 120 responden dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* menggunakan rumus Hair et al. Pengolahan data menggunakan teknik analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan menggunakan program SEM AMOS. Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa: (1) Persepsi Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Minat Beli Ulang. (2) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang. (3) Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. (4) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. (5) Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang. (6) Kepuasan Konsumen dapat menjadi mediasi antara Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang. (7) Sedangkan Kepuasan Konsumen tidak dapat menjadi mediasi antara Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang pada konsumen Le Minerale Di Kota Pati.

Kata kunci: persepsi harga, kualitas produk minat beli ulang, kepuasan konsumen

***THE EFFECT OF PERCEIVED PRICE AND PRODUCT QUALITY ON
REPURCHASE INTENTION THROUGH CONSUMER SATISFACTION
FOR LE MINERALE CONSUMERS IN PATI CITY***

Windi Wulandari
201911302

Advisor 1 : Nurul Rizka Arumsari, S.E.,M.M

Advisor 2 : Keke Tamara Fahira, S.E.,M.M

ABSTRACT

The research aims to analyze The Effect Of Perceived Price And Product Quality On Repurchase Intention Through Consumer Satisfaction For Le Minerale Consumers In Pati City. The research is quantitative research. The population is unknown and the research sample was 120 respondents with a purposive sampling technique using the formula Hair et al. Data processing uses SEM (Structural Equation Modeling) analysis techniques using SEM AMOS program. Based on the research results, it can be concluded that: (1) Price Perception has a positive and insignificant effect on Repurchase Intention. (2) Product Quality has a positive and significant effect on Repurchase Intention. (3) Price Perception has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. (4) Product Quality has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. (5) Consumer Satisfaction has a positive and significant effect on Repurchase Intention. (6) Consumer Satisfaction can mediate Price Perceptions on Repurchase Intention. (7) Meanwhile, Consumer Satisfaction cannot mediate Product Quality on Repurchase Intention among Le Minerale consumers in Pati City.

Keywords: price perception, product quality, repurchase intention, consumer satisfaction

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup	12
1.3 Perumusan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Minat Beli Ulang	16
2.1.1 Pengertian Minat Beli Ulang.....	16
2.1.2 Faktor-Faktor Minat Beli Ulang.....	18
2.1.3 Indikator Minat Beli Ulang	20
2.2 Persepsi Harga	21
2.2.1 Pengertian Persepsi Harga.....	21
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi	24
2.2.3 Indikator Persepsi Harga	25
2.3 Kualitas Produk	26
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	26
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	28
2.3.3 Indikator Kualitas Produk	29
2.4 Kepuasan Konsumen	31

2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	31
2.4.2 Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen.....	33
2.4.3 Indikator Kepuasan Konsumen	34
2.5 Pengaruh Antar Variabel	36
2.5.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	36
2.5.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	37
2.5.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang.....	38
2.5.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	39
2.5.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang.....	40
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	41
2.7 Kerangka Pikir Teoritis.....	49
2.8 Hipotesis	49
BAB III. METODE PENELITIAN.....	51
3.1 Rancangan Penelitian.....	51
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	52
3.2.1 Variabel Penelitian	52
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	53
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	56
3.3.1 Jenis Data	56
3.3.2 Sumber Data.....	56
3.4 Populasi dan Sampel.....	57
3.4.1 Populasi	57
3.4.2 Sampel.....	57
3.5 Pengumpulan Data.....	58
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	59
3.7 Pengolahan Data	62
3.7.1 <i>Editing</i> (mengedit).....	62
3.7.2 <i>Scoring</i> (pemberian skor).....	62
3.7.3 <i>Tabulating</i> (tabulasi)	62
3.8 Analisis Data, Uji Hipotesis, dan Uji Intervening.....	63
3.8.1 Teknik Analisis Data.....	63

3.8.2 Uji Hipotesis.....	77
3.8.3 Uji Intervening	78
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	79
4.1 Gambaran Umum Tentang Obyek Penelitian.....	79
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan Le Minerale	79
4.1.2 Profil PT Fresindo Jaya	80
4.1.3 Visi dan Misi PT Fresindo Jaya	81
4.2 Penyajian Data	81
4.2.1 Deskripsi Responden.....	81
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian	85
4.3 Hasil Uji Instrumen Data	89
4.3.1 Uji Validitas	89
4.3.2 Uji AVE (<i>Average Variance Extracted</i>)	90
4.3.3 Uji <i>Discriminant Validity</i>	91
4.3.4 Uji Reliabilitas	92
4.3.5 Uji Normalitas	93
4.4 Analisis Data.....	94
4.4.1 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	94
4.4.2 Analisis SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>).....	105
4.5 SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	110
4.5.1 Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM.....	111
4.6 Uji Hipotesis	112
4.7 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total	115
4.8 Uji Intervening	117
4.9 Pembahasan	119
4.9.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	119
4.9.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	120
4.9.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang.....	121
4.9.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	121
4.9.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang.....	122

4.9.6 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen	123
4.9.7 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen	124
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	125
5.1 Kesimpulan	125
5.2 Saran	127
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN.....	139

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Konsumsi Air Mineral Masyarakat Indonesia.....	3
Tabel 1.2 Top Brand Kategori Air Minum Dalam Kemasan Tahun 2021-2023	5
Tabel 1.3 Daftar Harga Air Minum Dalam Kemasan Le Minerale	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	54
Tabel 3.2 Skala Likert	59
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	82
Tabel 4.2 Usia Responden.....	83
Tabel 4.3 Pendidikan Responden	84
Tabel 4.4 Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	85
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	86
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	87
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang.....	88
Tabel 4.8 Uji Validitas	90
Tabel 4.9 Uji <i>Average Variance Extracted</i> Penelitian	91
Tabel 4.10 <i>Discriminant Validity</i>	91
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas	92
Tabel 4.12 Uji Normalitas.....	93
Tabel 4.13 <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	95
Tabel 4.14 <i>Modification Indices</i>	95
Tabel 4.15 <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen Sesudah Perbaikan.....	96
Tabel 4.16 <i>Regression Weights</i>	97
Tabel 4.17 <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen.....	99
Tabel 4.18 <i>Modification Indices</i>	99
Tabel 4.19 <i>Regression Weights</i>	100
Tabel 4.20 <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Full Measurement Sebelum Perbaikan.....	102
Tabel 4.21 <i>Modification Indices</i>	103
Tabel 4.22 <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Full Measurement Sesudah Perbaikan.....	104

Tabel 4.23 <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Full Model Sebelum Perbaikan....	106
Tabel 4.24 <i>Modification Indices</i>	107
Tabel 4.25 <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Full Model Sesudah Perbaikan.....	108
Tabel 4.26 <i>Standardized Regression Weights</i>	109
Tabel 4.27 <i>Outliner</i>	111
Tabel 4.28 Hasil Estimasi Parameter Pengaruh Langsung Antar Variabel	112
Tabel 4.29 Pengaruh Langsung Antar Variabel Penelitian.....	116
Tabel 4.30 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian.....	116
Tabel 4.31 Pengaruh Total	117
Tabel 4.32 Uji Intervening	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	49
Gambar 4.1 Output Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	94
Gambar 4.2 Output Variabel Eksogen Sesudah Perbaikan	96
Gambar 4.3 Output Variabel Endogen	98
Gambar 4.4 <i>Full Measurement</i> Sebelum Perbaikan	101
Gambar 4.5 <i>Full Measurement</i> Sesudah Perbaikan	104
Gambar 4.6 <i>Structural Equation Modeling</i> Sebelum Perbaikan.....	105
Gambar 4.7 <i>Structural Equation Modeling</i> Sesudah Perbaikan	108

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian	140
Tabulasi Hasil Jawaban Responden	145
Hasil Analisis Faktor Konfirmatori / <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	149
Hasil Uji Instrumen Data	160
Hasil Uji SEM AMOS	163