



**PENGARUH CITRA MERK DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING STUDI PADA PELANGGAN UMKM
KOPI MURIA ZAYNA KUDUS**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun oleh:

DEWI NIKMATUL MAGHFIROH

NIM : 2019-11-510

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



**PENGARUH CITRA MERK DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING STUDI PADA PELANGGAN UMKM
KOPI MURIA ZAYNA KUDUS**

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

Diajukan oleh:

DEWI NIKMATUL MAGHFIROH

201911510

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

**PENGARUH CITRA MERK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING STUDI PADA PELANGGAN
UMKM KOPI MURIA ZAYNA KUDUS**

Nama : Dewi Nikmatul Maghfiroh
NIM : 201911510
Program Studi : Manajemen

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

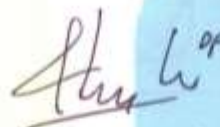
Kudus,

Pembimbing I



Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M
NIDN. 0022038001

Mengetahui,
Ketua Program Studi



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

**PENGARUH CITRA MERK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING STUDI PADA PELANGGAN
UMKM KOPI MURIA ZAYNA KUDUS**

Nama : Dewi Nikmatul Maghfiroh
NIM : 201911510
Program Studi : Manajemen


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

Kudus, 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Pembimbing I


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



Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M
NIDN. 0618066201

Mengetahui,
Dekan

Pembimbing II



Dr. Kertu Sumekar, S.E., M.M
NIDN. 0616077304


Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M
NIDN. 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

1. Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya.
(QS. Al-Baqarah : 286)
2. “Dan mudahkanlah urusanku.”
(QS. Taha : 26)
3. “Dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, “
(Surah Al Qashash : 77)

Persembahan:

1. Bapak, Ibu, Kakak, Alm Adik dan keluarga besar yang selalu memberikan dukungan moral maupun materi dan selalu mendoakan tiada henti untuk keberhasilan saya.
2. Teman-temanku yang telah membantu dan memberi dukungan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya yang sangat besar, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH CITRA MERK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING STUDI PADA PELANGGAN UMKM KOPI MURIA ZAYNA KUDUS”** Skripsi ini disusun oleh penulis guna melengkapi syarat untuk menyelesaikan program S1 Program Studi Manajemen pada Universitas Muria Kudus. Dalam menyelesaikan skripsi ini ada pihak di belakang penulis yang senantiasa memeberikan pengarahan, bantuan, bimbingan, dan semangat untuk tetap berjuang. Penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberikan arahan selama menempuh perkuliahan.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, SE, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus .
4. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, M.M selaku Dosen Pembimbing I, terima kasih atas bimbingan, petunjuk, waktu, nasehat, dan kesabaran yang telah diberikan pada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

5. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, M.M selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih atas bimbingan, petunjuk, waktu, nasehat, dan kesabaran yang telah diberikan pada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muria Kudus, yang telah memberikan bantuan dan ilmu yang sangat berharga bagi penulis.
7. Keluarga besar penulis yang selalu mendukung dan memberikan semangat semuanya saudara-saudara tersayang yang telah memberikan dukungan yang tiada henti.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik untuk penyempurnaan penulisan skripsi ini. Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis mengharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak.

Kudus,

Dewi Nikmatul Maghfiroh

**PENGARUH CITRA MERK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING STUDI PADA PELANGGAN UMKM KOPI
MURIA ZAYNA KUDUS**

DEWI NIKMATUL MAGHFIROH
201911510

Dosen Pembimbing: 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh citra merk dan inovasi produk terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Data penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner. Metode penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, sehingga diperoleh sampel sebanyak 120 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *structural equation model*. Hasil penelitian menyatakan bahwa citra merk dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Inovasi produk dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, sedangkan citra merk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: citra merk, inovasi produk, kepuasan pelanggan, minat beli ulang

***INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT INNOVATION ON
REPURCHASE INTENTION WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN
INTERVENING VARIABELE STUDY ON CUSTOMER UMKM KOPI
MURIA ZAYNA KUDUS***

DEWI NIKMATUL MAGHFIROH
201911510

Advisor: 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM.

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

ABSTRACT

This study aims to analyse influence of brand image and product innovation on repurchase intention with customer satisfaction as an intevening variable. The data in this study are primary data obtained from qesioner. Based on sampel to purposive sampling method then the sumple used 120 respondents. Method in this study with structural equation model. The result this research state that brand image and prodcust innovation have positive and significant effect on repurchase Intention. Product innovation and customer satisfaction have positive and significant effect to repurchase intention, other than that brand image have no positive and significant effect to repurchase intention.

Keywords: brand image, product innovation, customer satisfaction, repurchase intention.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	8
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB)	12
2.1.2 Minat Beli Ulang.....	13
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	16
2.1.4 Citra merek.....	19
2.1.5 Inovasi Produk	21
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	26
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	30
2.5 Hipotesis	31

	Halaman
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Rancangan Penelitian.....	32
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	32
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	35
3.4 Populasi dan Sampel.....	36
3.5 Pengumpulan Data.....	37
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	37
3.7 Pengolahan Data.....	38
3.8 Analisis Data.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Umur Obyek Penelitian.....	48
4.2 Karakteristik Responden.....	49
4.3 Deskriptif Variabel Penelitian.....	50
4.4 Hasil Analisis Data.....	54
4.4.1 Uji Instrumen Penelitian.....	54
4.4.2 Hasil Asumsi SEM.....	58
4.4.3 Analisis Konfirmatori.....	60
4.4.4 Hasil Uji Hipotesis.....	70
4.4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	72
4.4.6 Hasil Uji Mediasi.....	73
4.5 Pembahasan.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Data Penjualan UMKM Kopi Muria Zayna Bulan Januari-Juli 2023	3
Tabel 1.2	Daftar Retur Produk UMKM Kopi Muria Zayna.....	4
Tabel 1.3	Daftar Nama Produk UMKM Kopi Muria Zayna.....	6
Tabel 3.1	Uji Goodness of Fit	44
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3	Variabel Citra Merk	53
Tabel 4.4	Variabel Inovasi Produk.....	53
Tabel 4.5	Variabel Kepuasan Pelanggan.....	54
Tabel 4.6	Variabel Minat Beli Ulang	55
Tabel 4.7	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Sebelum Perbaikan	56
Tabel 4.8	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Sesudah Perbaikan.....	57
Tabel 4.9	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) Sebelum Perbaikan.....	57
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) Sesudah Perbaikan.....	58
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> Sebelum Perbaikan.....	58
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> Sesudah Perbaikan	59
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Construct Reliability</i> Sebelum Perbaikan	59
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>Construct Reliability</i> Sesudah Perbaikan.....	60
Tabel 4.15	Hasil Uji Normalitas.....	60
Tabel 4.16	Hasil Evaluasi <i>Outliers</i> Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance)	61
Tabel 4.17	Hasil Uji <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen	62
Tabel 4.18	Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Variabel Eksogen	63
Tabel 4.19	Hasil Uji <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Endogen.....	64
Tabel 4.20	Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Variabel Endogen.....	65

Tabel 4.21 Hasil Uji <i>Goodness Of Fit Full Measurement</i> Sebelum Perbaikan.....	66
Tabel 4.22 Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk <i>Full Measurement</i> Sebelum Perbaikan.....	67
Tabel 4.23 Hasil Uji <i>Goodness Of Fit Full Measurement</i> Sesudah Perbaikan	68
Tabel 4.24 Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk <i>Full Measurement</i> Sesudah Perbaikan.....	69
Tabel 4.25 Hasil Uji <i>Goodness Of Fit</i> SEM Sesudah Perbaikan	70
Tabel 4.26 Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk SEM Sesudah Perbaikan.....	71
Tabel 4.27 Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model).....	72
Tabel 4.28 Scalar Estimates (Group number 1 - Default model).....	73
Tabel 4.29 Hasil Koefisien Determinasi	74
Tabel 4.30 Hasil Uji Mediasi	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Ulasan Pelanggan Produk UMKM Kopi Muria Zayna	5
Gambar 2.1 Pengaruh Citra merk dan Inovasi Produk terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelangan sebagai Variabel Intrvening Studi pada Pelanggan UMKM Kopi Muria Zayna Kudus.....	31
Gambar 4.1 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen	62
Gambar 4.2 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Endogen.....	64
Gambar 4.3 Hasil Analisis Konfirmatori <i>Full Measurement</i> Sebelum Perbaikan	66
Gambar 4.4 Hasil Analisis Konfirmatori <i>Full Measurement</i> Sesudah Perbaikan	68
Gambar 4.5 Hasil Analisis Konfirmatori SEM.....	70