

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PELANGGAN CAFE KINOL
BISTRO N' POLL DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
PEMEDIASI**



SHANI RISMAWATI

(1710011211101)

DOSEN PEMBIMBING:

Dr. RENI YULIVIONA, S.E.,MM

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

2021

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Shani Rismawati

NPM : 1710011211101

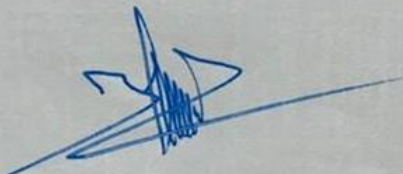
Program Study : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Cafe Kinol Bistro N' Poll Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Pemediasi

Telah disetujui skripsinya dengan sesuai prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan telah dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari Jum'at, 13 Agustus 2021.

Pembimbing



Reni Yuliviona, S.E., MM

Disetujui oleh,
PLT Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta



Dr. Hidayat, S.T., M.T., IPM

PERNYATAAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa dengan judul skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Cafe Kinol Bistro N’ Poll Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Pemediasi “** merupakan hasil karya saya dan tidak merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya, ide, gagasan atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diajukan dalam naskah ini dan dicantumkan sumbernya dalam daftar pustaka

Padang, 25 Agustus 2021

Penulis

SHANI RISMAWATI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PELANGGAN CAFE KINOL
BISTRO N' POLL DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
PEMEDIASI**

ABSTRAK

Shani Rismawati ¹, Reni Yuliviona²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email : shanyahmad643@gmail.com yuliviona@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, lokasi, dan harga terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang konsumen cafe kinol dengan teknik penarikan sampel menggunakan purposive sampling. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa, (1) Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian ulang, (2) Kualitas Produk positif terhadap Kepuasan Pelanggan, (3) Lokasi tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian ulang, (4) Lokasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, (5) Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Ulang, (6) Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, (7) Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Ulang, (8) Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai mediasi, (9) Lokasi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai mediasi, (10) Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai mediasi.

Kata kunci : kualitas produk, lokasi , harga , keputusan pembelian, dan kepuasan pelanggan

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PELANGGAN CAFE KINOL
BISTRO N' POLL DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
PEMEDIASI**

ABSTRACT

Shani Rismawati¹, Reni Yuliviona²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email : shanyahmad643@gmail.com yuliviona@gmail.com

This study aims to analyze the effect of product quality, location, and price on repurchase decisions with customer satisfaction as a mediator. This study uses a quantitative approach, with the technique of analyzing the sample this study totaling 100 consumers of cafe kinol with the sampling technique using purposive sampling. The results of the study conclude that, (1) Product Quality has a positive effect on Repurchase Decisions, (2) Positive Product Quality on Customer Satisfaction, (3) Location does not have a positive effect on Repurchase Decisions, (4) Location has a positive effect on Customer Satisfaction, (5) Price has a positive effect on Repurchase Decisions, (6) Price has a positive effect on Customer Satisfaction, (7) Customer Satisfaction has a positive effect on Repurchase Decisions, (8) Product Quality has a positive effect on Repurchase Decisions with Customer Satisfaction as a mediator, (9) Location has a positive effect on Repurchase Decisions with Customer Satisfaction as a mediator, (10) Price has a positive effect on Repurchase Decisions with Customer Satisfaction as a mediator.

Keywords : product quality, location, price, purchase decision, and customer satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pelanggan Cafe Kinol Bistro N’ Poll dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Pemediasi”** tepat pada waktunya.

Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada :

1. Ibu Dr. Reni Yuliviona, S.E.,MM., selaku dosen penguji 1 sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan motivasi dari awal penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Sefnedi, S.E., MM., PHd., selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan bimbingan, arahan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik
3. Ibu Ice Kamela, S.E., MM., selaku dosen penguji 3 yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Seluruh dosen program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah banyak memberikan ilmu, arahan, motivasi dan dukungan selama penulis menjadi mahasiswa manajemen sehingga penulis dapat sampai ke tahap ini dan siap menjadi pembangun ekonomi masa depan.
5. Kedua orang tua, Bapak Achmad Hidayat, Ibu Aan Darwati atas segala perjuangan, pengorbanan dan doa-doanya sehingga penulis dapat sampai pada tahap ini.
6. Adik Dilla Fahira atas segala dukungan dan doanya.
7. Rekan-rekan yang tergabung dalam penelitian yakni Ulfha Itka Messy, Merry Fitri Yulia, Elvira Dwi Hutri, Ririn. Vetty Maela Sari, Yuli Febriani,

yang telah berjuang bersama-sama, membantu dan membimbing satu sama lain dari awal penyusunan proposal, penelitian, hingga penyusunan skripsi.

8. Yang terkasih Bripda Parulian Santoso Siregar atas dukungan, doa serta motivasi selama penyusunan skripsi.
9. Dan seluruh sahabat-sahabat penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, atas segala dukungan, saran, dan doa-doanya.

Semoga skripsi ini dapat menjadi salah satu jalan berkah dan memberikan manfaat kepada seluruh pihak dan terutama kepada pembaca.

Penulis

Shani Rismawati

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
LAMPIRAN-LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1 Kajian Literatur.....	9
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2 Pengertian Keputusan Pembelian.....	10
2.1.3 Pembelian Ulang.....	10
2.2 Kepuasan Pelanggan.....	12
2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	12
2.3 Kualitas produk.....	13
2.3.1 Kualitas Produk.....	13
2.3.2 Definisi Kualitas Produk.....	14
2.3.3 Unsur-Unsur Produk.....	14
2.4. Lokasi.....	15
2.4.1 Pengertian Lokasi.....	15
2.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi.....	15

2.4.3	Pertimbangan dalam Menentukan Lokasi	15
2.5	Harga.....	16
2.5.1	Pengertian Harga.....	16
2.5.2	Strategi Penentuan Harga.....	17
2.5.3	Strategi Penetapan Harga	18
2.6	Pengembangan Hipotesis.....	19
2.6.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	19
2.6.2	Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	20
2.6.3	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	21
2.6.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang	22
2.6.5	Pengaruh Lokasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang	22
2.6.6	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang	23
2.6.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang ..	24
2.6.8	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Sebagai Pemediasi Antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian Ulang	25
2.6.9	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Sebagai Pemediasi Antara Lokasi dengan Keputusan Pembelian Ulang	26
2.6.10	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Sebagai Pemediasi Antara Harga dengan Keputusan Pembelian Ulang	27
2.7	Kerangka Konseptual	28
BAB III METODE PENELITIAN		29
3.1	Objek Penelitian	29
3.2	Populasi dan Sampel.....	29
3.2.1	Populasi	29
3.2.2	Sampel.....	29
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.3	Teknik Pengumpulan Data	30
3.4	Defenisi Operasional Variabel.....	30

3.4.1 Keputusan Pembelian (Y).....	30
3.4.2 Kepuasan Pelanggan (I).....	31
3.4.3 Kualitas Produk (X ₁)	32
3.4.4 Lokasi (X ₂).....	32
3.4.5 Harga (X ₃).....	33
3.5 Pengukuran Instrumen	33
3.6 Teknik Analisis Data.....	34
3.6.1. <i>Partial Least Square</i>	34
3.6.1.1 <i>Measurement Model Assesment</i>	34
3.6.1.2 Analisis Deskriptif.....	35
3.6.1.3 <i>R Square</i> dan <i>Q Square</i>	37
3.6.1.4 <i>Structural Model Assesment</i>	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Hasil Penelitian.....	39
4.1.1 <i>Response Rate</i>	39
4.1.2 Profil Responden.....	40
4.1.3 Mengevaluasi Model Pengukuran <i>Measurumen Model Assesment</i>	43
4.1.3.1 <i>Convergent Validity</i>	43
4.1.3.2 Reliabilitas Konstruk.....	48
4.1.3.3 <i>Discriminant Validity</i>	49
4.1.4 Analisi Deskriptif.....	51
4.1.4.1 Keputusan Pembelian Ulang.....	51
4.1.4.2 Kualitas Produk.....	52
4.1.4.3 Lokasi.....	53
4.1.4.4 Harga.....	53
4.1.4.5 Kepuasan Pelanggan.....	54

4.1.5	<i>R Square Dan Q Square</i>	55
4.1.6	<i>Structural Model Assesment</i>	56
4.2	Pembahasan.....	58
4.2.1	Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang.....	58
4.2.2	Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	59
4.2.3	Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang.....	61
4.2.4	Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	62
4.2.5	Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang.....	63
4.2.6	Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	65
4.2.7	Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang.....	66
4.2.8	Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Pemediasi.....	67
4.2.9	Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Pemediasi.....	69
4.2.10	Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Pemediasi.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA		76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rekapitulasi Hasil Survey Awal.....	3
Tabel 1.2 Data Perbandingan Harga.....	4
Tabel 3.1 Pengukuran Instrumen	34
Tabel 3.2 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR).....	37
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i>	39
Tabel 4.2 Profil Responden	40
Tabel 4.3 <i>Output Loading Factor</i> Tahap Pertama	43
Tabel 4.4 <i>Output Loading Factor</i> Tahap Kedua.....	46
Tabel 4.5 <i>Cronbach's Alpha, Composite Reliability</i> Dan <i>Average Variance Extracted</i>	48
Tabel 4.6 <i>Fornell-larcker-criterion Cafe Kinol Bistro N' Poll</i>	50
Tabel 4.7 <i>Cross loading Cafe Kinol Bistro N' Poll</i>	51
Tabel 4.8 Statistik Variabel Keputusan Pembelian Ulang <i>Cafe Kinol Bistro N' Poll</i>	52
Tabel 4.9 Statistik Variabel Kualitas Produk <i>Cafe Kinol Bistro N' Poll</i>	53
Tabel 4.10 Statistik Variabel Lokasi <i>Cafe Kinol Bistro N' Poll</i>	53
Tabel 4.11 Statistik Variabel Harga <i>Cafe Kinol Bistro N' Poll</i>	54
Tabel 4.12 Statistik Variabel Kepuasan Pelanggan <i>Cafe Kinol Bistro N' Poll</i>	54
Tabel 4.13 <i>R square</i> dan <i>Q square</i>	56
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	28
Gambar 4.1 Tampilan Hasil <i>PLS Algorithm</i> Tahap Pertama.....	45
Gambar 4.2 <i>Output Loading Factor Cafe Kinol Bistro N' Poll</i>	46
Gambar 4.3 Tampilan Hasil <i>PLS Algorithm</i> Tahap Kedua	47
Gambar 4.4 <i>Structural Model Assesment</i>	57

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	82
Lampiran II Tabulasi Data.....	86
Lampiran III Profil Responden	109
Lampiran IV <i>Measurement model Assesment</i>	110
Lampiran V Analisis Deskriptif.....	115
Lampiran VI <i>Structural Model Assesment</i>	117