

**PERAN KEPUASAN SEBAGAI MEDIASI ANTARA KUALITAS
PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG MINUMAN DALAM KEMASAN
MEREK ARTEJE DI KAYU ARO**



Oleh:

**FAIPIL RESI
1710011211006**

**DOSEN PEMBIMBING
DAHLIANA KAMENER,B.S.,MBA.,Ph.D**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
TAHUN 2022**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Nama : Faipil Resi

Npm : 1710011211006

Program Studi : Strata Satu (S1)

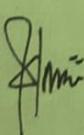
Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Peran Kepuasan sebagai Mediasi Antara Kualitas
Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan
Pembelian Ulang Minuman Dalam Kemasan Merek
Arteje Di Kayu Aro

Telah disetujui Skripsi sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman
yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif
pada hari selasa, 26 Juli 2022

Disetujui oleh,

Pembimbing



Dahliana Kamener, B.S., BA., Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : FAIPIL RESI

NPM : 1710011211006

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Peran Kepuasan Sebagai Mediasi Antara Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Minuman Dalam Kemasan Merek Arteje Di Kayu Aro” adalah benar hasil karya tulis saya sendiri yang disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan bagian tertentu yang saya peroleh dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Padang, 29 juli 2022

Penulis

FAIPIL RESI

**PERAN KEPUASAN SEBAGAI MEDIASI ANTARA KUALITAS
PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG MINUMAN KEMASAN MEREK ARTEJE DI KAYU ARO**

Faipil Resi¹, Dahliana Kamener²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bunghatta

E-mail : faipillresi@gmail.com, dahlianakamener@gmail.com

Abstrak,

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan citrak merek terhadap keputusan pembelian ulang dan kepuasan konsumen minuman dalam kemasan merek Arteje. Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan faktor spontanitas atau secara kebetulan. Data diperoleh dari 100 responden yang diberi kuesioner yang diisi melalui google form pengaruh antara faktor-faktor penentu dianalisis menggunakan software SmartPLS 2.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa hipotesis yang diterima dan ditolak pada penelitian yang dilakukan kepada 100 sampel.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan, Keputusan pembelian Ulang,Smart PLS2.0

Abstract.

This study aims to analyze the effect of product quality and brand image on repurchase decisions and consumer satisfaction of beverages in the Arteje brand packaging. The research method used in this research is descriptive quantitative. The sampling technique used in this study was accidental sampling, which is a sampling technique based on spontaneity or coincidence. The data were obtained from 100 respondents who were given a questionnaire filled out via google form. The influence between the determining factors was analyzed using SmartPLS 2.0 software. The results showed that there were several accepted and rejected hypotheses in the research conducted on 100 samples.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Satisfaction, Repeat Purchase Decision, Smart PLS2.0

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan terlebih dahulu kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan Anugrah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "**Peran Kepuasan Sebagai Mediasi Antara Kualitas produk Dan Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Minuman Dalam Kemasan Merek Arteje di Kayu Aro**". Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi tingkat sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung, pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya dan sedalam-dalamnya kepada :

1. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
2. Ibu Herawati, S.E., M.Si, Ak, CA Selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
3. Ibu Linda Wati, S.E., M.Si Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
4. Bapak Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
5. Ibu Dahliana Kamener,B.S.,MBA.,Ph.D Selaku Pembimbing 1 terimakasih atas waktu, saran, bimbingan, dan nasehat yang telah ibu berikan yang sangat banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bung Hatta atas segala masukan dan pengajaran selama perkuliahan berlangsung.
7. Seluruh Staf Tata Usaha dan Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah memberikan kelancaran dalam urusan akademis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada kedua orang istimewa yaitu ibu dan almarhum ayah yang selalu memberikan do'a, dukungan, semangat, pengorbanan dan juga bimbingannya yang luar biasa baik moril dan materil, sehingga penulis bisa menyelesaikan pendidikan hingga jenjang sarjana.
9. Dan terakhir kepada sahabat-sahabat terbaik saya yaitu keluarga pejuang skripsi kos mama no. 5 simen (yayan wijaya), Mangkuak Store (M. Rifaldi) dan esen (esen andreas) yang senantiasa membantu saat senang maupun susah dalam proses semasa kuliah sampai penyusunan skripsi ini, terima kasih sekali lagi, kalian yang terbaik. Dan Seluruh Teman Seangkatan Bp 17 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bung Hatta. Yang senantiasa mendo'akan dan memberi semangat kepada saya untuk mengerjakan tugas kuliah dan selalu mengingatkan saya dalam hal apapun dan yang selalu ada disaat bahagia dan terpuruk yang tidak bisa saya tuliskan satu persatu.

Padang, 31 Juli 2021

Penulis

FAIPIL RESI

DAFTAR ISI

	Halaman
TANDA PERSETUJUAN	I
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	Vi
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR	Xi
DAFTAR LAMPIRAN	Xi
 BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Latar Belakang	1
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Kesimpulan	8
 BAB II : KAJIAN LITERATUR	
2.1 Pendahuluan	9
2.2 Grand Theori	9
2.3 Keputusan Pembelian Ulang	10
2.4 Kualitas Produk	12

2.5	Citra Merek	13
2.6	Kepuasan Konsumen	15
2.7	Pengembangan Hipotesis	16
2.8	Kerangka Konseptual	25
2.9	Kesimpulan	25
 BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Pendahuluan	26
3.2	Jenis Penelitian	26
3.3	Objek, Populasi dan Sample Penelitian	26
3.4	Jenis dan Sumber data	28
3.5	Defenisi Operasional variabel	28
3.5.1	Keputusan Pembelian Ulang	28
3.5.2	Kualitas Produk	29
3.5.3	Citra Merek	29
3.5.4	Kepuasan Konsumen	29
3.6	Teknik Analisis Data	30
3.6.1	<i>Evaluasi Outer Model</i>	30
3.6.2	<i>Structural Model Assessement</i>	31
3.6.3	Analisis Deskriptif	32

3.6.4 <i>R Square</i> dan <i>Q square</i>	33
3.6 Kesimpulan	34

BAB IV HASIL PEMBAHASAN

4.1 Pendahuluan	35
4.2 Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.2.1 Gambaran Umum Air Minum Dalam Kemasan (AMDK)	35
4.3 Karakteristik Responden	35
4.4 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	38
4.4.1 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Instrumen Pernyataan Variabel Kualitas Produk (X1)	39
4.4.2 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Instrumen Pernyataan Variabel Citra Merek (X2)	40
4.4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Instrumen Pernyataan Variabel Kepuasan	42
4.4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	43

Terhadap Instrumen Pernyataan Variabel
Keputusan Pembelian Ulang

4.5 Hasil Analisis Data	44
4.5.1 Analisis Outer Model	45
4.5.2 <i>Discriminant Validity</i>	47
4.5.3 Penilaian <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	49
4.5.4 Penilaian <i>reliabilitas</i>	49
4.6 Pengujian Inner Model (<i>Structural Model</i>)	50
4.7 Pengujian Hipotesis	53
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	60
Kesimpulan	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	65
Daftar pustaka	67
Lampiran	72

DAFTAR TABEL

Table	1.1	Penjualan Air Minum Dalam Kemasan Merek Arteje 2018-2020	5
	3.1	Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR)	33
	4.1	Karakteristik Responden Penelitian	35
	4.2	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Instrumen Pernyataan Variabel Kualitas Produk	39
	4.3	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Instrumen Pernyataan Variabel Citra Merek	41
	4.4	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Instrumen Pernyataan Variabel Kepuasan	42
	4.5	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Instrumen Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian Ulang	43
	4.6	Hasil uji outer loadings	45
	4.7	Hasil Uji Cross Loading	46
	4.8	Hasil uji the fornell lecker criterion	48
	4.9	Nilai Average Variance Extracted (AVE)	48
	4.1	Nilai Reliabilitas	49
	4.2	Evaluasi Nilai R Square	52
	4.3	Result For Inner Weights	53

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	2.1 Kerangka Konseptual	25
	4.1 Structural Model	50

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	I	Kuesioner Penelitian	72
	II	Tabulasi Data	74
	III	Olahan Data	84

