

**PENGARUH *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN  
PADA SISI JALAN KOPI KUNINGAN  
(Survei kepada Masyarakat Kabupaten Kuningan)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat

Dalam menempuh ujian Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen



Oleh :

**PUTRI HANNA TAQIYA**

**NIM. 20200510059**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KUNINGAN**

**2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* DAN KUALITAS**  
**PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA**  
**SISI JALAN KOPI KUNINGAN**

(Survei kepada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

**PUTRI HANNA TAQIYA**  
**20200510059**

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 21 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

**Susunan Dewan Penguji**

**Penguji I,**




**Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S**  
**NIP.196110221986031002**

**Penguji II,**



**Dr. Rina Masruroh, SE., ME.Sy**  
**NIK. 41038091296**

**Penguji III,**



**Tatang Rois, S.E., M.Si**  
**NIK. 41038091295**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PENGARUH *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA  
SISI JALAN KOPI KUNINGAN**  
(Survei kepada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

**PUTRI HANNA TAQIYA**  
**20200510059**

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, Juli 2024

Pembimbing I,



**Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si.**  
**NIK. 41038971054**

Pembimbing II,



**Tatang Rois, S.E., M.Si**  
**NIK. 41038091295**

*Mengetahui*

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



**Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si**  
**NIK. 41038971054**

Kepala Program Studi Manajemen,



**Dr. Rina Masruroh, SE., ME. Sy.**  
**NIK. 41038091296**

## PERYATAAN OTENSITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Putri Hanna Taqiya  
NIM : 20200510059  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Perceived Value* dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang konsumen pada Sisi Jalan Kopi Kuningan ( Survei kepada Masyarakat Kabupaten Kuningan )

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini benar karya sendiri dan bukan duplikasi atau karya orang lain, kecuali pada bagian-bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam daftar pustaka. Apabila lain waktu terbukti adanya penyimpangan karya dalam penulisan skripsi ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Yang membuat pernyataan



Putri Hanna Taqiya

20200510059

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Hasbunallah wani mal wakil ni mal maula wani’man nasir : Cukuplah Allah menjadi penolongku, dan Allah sebaik-baiknya pelindung”

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua Orang Tua Tercinta

Seluruh Keluarga Besar

Sahabat – Sahabatku Tersayang

Almamater Tercinta, Universitas Kuningan

## ABSTRAK

**Putri Hanna Taqiya, 20200510059 (2024) Pengaruh *Customer Perceived Value* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Survey Kepada Masyarakat Kabupaten Kuningan). Program Studi Manajemen Universitas Kuningan. Pembimbing I Dr. Lili Karmela Fitriani, S.E.,M.Si Pembimbing II Tatang Rois, S.E., M.Si**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Customer Perceived Value* dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kabupaten Kuningan yang pernah mengunjungi Sisi Jalan Kopi dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Instrumen penelitian ini berupa angket dalam google formulir yang disebarakan secara langsung pada responden. Teknik pengolahan data menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, analisis regresi linier berganda dan koefisien determinasi dengan bantuan aplikasi IBM SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, *Customer Perceived Value* dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, *Customer Perceived Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

**Kata Kunci : *Customer Perceived Value*, Kualitas Pelayanan, Minat Beli Ulang**

## ABSTRACT

***Putri Hanna Taqiya, 20200510059 (2024) The Influence of Customer Perceived Value and Service Quality on Repurchase Intention (Survey of Residents in Kuningan Regency). Management Study Program, Kuningan University. Supervisor I: Dr. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. Supervisor II: Tatang Rois, S.E., M.Si.***

*This study aimed to investigate the influence of Customer Perceived Value and service quality on repurchase intention. The research method employed in this study was descriptive-verify with a quantitative approach. The population consisted of residents in Kuningan Regency who had visited Sisi Jalan Kopi, with a sample size of 100 respondents selected using purposive sampling. The research instrument was a questionnaire distributed directly to respondents via Google Forms. Data processing techniques included validity testing, reliability testing, normality testing, multicollinearity testing, multiple linear regression analysis, and determination of coefficients using IBM SPSS 27. The results of the study indicated that, Customer Perceived Value and service quality significantly influenced repurchase intention. Customer Perceived Value had a positive and significant impact on repurchase intention, and service quality had a positive and significant impact on repurchase intention.*

***Keywords: Customer Perceived Value, Service Quality, Repurchase Intention.***

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya penulis penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal penelitian ini. Proposal penelitian ini dibuat sebagai syarat untuk mengikuti ujian sidang seminar hasil penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Skripsi ini berjudul “ **PENGARUH *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA SISI JALAN KOPI KUNINGAN**” (Survey kepada Masyarakat Kabupaten Kuningan)”

Penulis menyadari bahwa proposal penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Walaupun demikian penulis berharap agar proposal penelitian ini dapat menambah pengetahuan bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Dalam penyusunan proposal penelitian ini penulis banyak mendapat bimbingan dari berbagai pihak yang sangat berharga sekali, penulis sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan hingga terwujudnya proposal penelitian ini.

Kuningan, 30 Desember 2023  
Penulis,

**PUTRI HANNA TAQIYA**  
**20200510059**



## UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan ini, dengan setulus hati dan penuh rasa syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan selesainya skripsi ini, bukanlah menjadi sebuah akhir, suatu awal yang baru untuk memulai petualangan hidup yang baru

Selain proses yang cukup menguras waktu, tenaga, dan pikiran, penyelesaian skripsi tak lepas dari segala usaha dan doa serta dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu serta mendukung penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Kedua Orang Tua tersayang, Mamah Ofi Sofyati dan Bapak Asep Sugiarto yang selalu menghadirkan kasih sayang, semangat dukungan, serta doa-doa.
2. Ibu Dr. Lili Karmela Fitriani, S.E.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah bersedia waktu, tenaga, dan pikiran, serta selalu memberikan ilmu dan arahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Tatang Rois, S.E., M.Si, Selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia waktu, tenaga, dan pikiran, serta selalu memberikan ilmu dan arahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Neng Evi Kartika, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy., selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Kuningan.

6. Bapak Dr. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Kuningan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Seluruh staf Prodi Manajemen Universitas Kuningan.
9. Sisi Jalan Kopi yang sudah terbuka menerima dan memberikan izin serta bantuannya kepada penulis untuk melakukan penelitian.
10. Kakak-kakak ku, A Agung dan Teh Niki yang sudah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat terbaikku, Putri Dwynitasari yang telah kebersamai, membantu, dan menemani setiap proses yang telah dilalui, dan saling memberikan motivasi hingga saat ini.
12. Sahabat kelasku, Sherlie Andiantari Putri Utami dan Yola Firdaus Sabilla yang selalu memberikan tawa canda dan menyebarkan kebahagiaan serta kebersamai hingga saat ini.
13. Sahabat-Sahabat SMP ku, Azahra Nur Khaifa, Annisyah Nasution, Mutie Mutawalli, dan Indriyani yang masih kebersamai sampai saat ini, selalu memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
14. Kelas Manajemen E 2020 yang sudah sama-sama berjuang dari awal masuk perkuliahan hingga akhir pembuatan skripsi.
15. Terima kasih banyak untuk semua pihak yang turut membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT.

Tentunya skripsi ini tidak akan selesai dengan baik dan tepat waktu tanpa bantuan dan dorongan dari semua pihak yang telah banyak membantu penulis.

**Kuningan, Mei 2024**  
**Penulis**

**PUTRI HANNA TAQIYA**  
**20200510059**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>PERYATAAN OTENSITAS</b>	
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS..</b>	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2 <i>Customer Perceived Value</i> .....	9
2.1.2.1 Pengertian <i>Customer Perceived Value</i> .....	9
2.1.2.2 Dimensi <i>Customer Perceived Value</i> .....	10
2.1.2.3 Indikator <i>Customer Perceived Value</i> .....	11
2.1.2.4 Faktor- Faktor <i>Customer Perceived Value</i> .....	11
2.1.3 Kualitas Pelayanan .....	12
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	12

2.1.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	13
2.1.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan .....	14
2.1.3.4 Faktor-faktor Kualitas Pelayanan .....	15
2.1.4 Minat Beli Ulang .....	16
2.1.4.1 Pengertian Minat Beli Ulang .....	16
2.1.4.2 Dimensi Minat Beli Ulang .....	17
2.1.4.3 Indikator Minat Beli Ulang .....	17
2.1.4.5 Faktor-faktor Minat beli ulang .....	17
2.1.5 Hubungan Antar Variabel .....	18
2.1.5.1 Hubungan <i>Customer Perceived Value</i> Terhadap Minat Beli Ulang .....	19
2.1.5.2 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang .....	19
2.2 Penelitian Terdahulu .....	20
2.3 Kerangka Berpikir .....	27
2.4 Hipotesis .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 Metode Penelitian .....	29
3.2 Operasionalisasi Variabel .....	30
3.3 Populasi dan Sampel .....	31
3.3.1 Populasi .....	31
3.3.2 Sampel .....	31
3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.4.1 Data .....	32
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.5 Uji Instrumen .....	33
3.5.1 Uji Validitas .....	33
3.5.1.1 Hasil Uji Coba Validitas <i>Customer Perceived Value</i> (X1) .....	35
3.5.1.2 Hasil Uji Coba Validitas Kualitas Pelayanan (X2) .....	35
3.5.1.3 Hasil Uji Coba Validitas Minat Beli Ulang (Y) .....	36
3.5.2 Uji Realibilitas .....	36
3.5.2.1 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Perceived Value</i> (X1) .....	37
3.5.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X2) .....	37
3.5.2.3 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli Ulang (Y) .....	38
3.6 Teknik Analisis Data .....	38
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	39

3.7.1 Uji Normalitas .....	39
3.7.2 Uji Multikolinearitas .....	40
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas .....	40
3.8 Analisis Regresi Berganda .....	40
3.9 Koefisien Determinasi .....	41
3.10 Uji Hipotesis .....	42
3.10.1 Uji-F (Simultan) .....	42
3.10.2 Uji-t (Parsial) .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	44
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	44
4.1.2 Profil Responden .....	45
4.1.3 Analisis Deskriptif .....	48
4.1.4 Uji Asumsi Klasik .....	54
4.1.5 Analisis Regresi Berganda .....	57
4.1.6 Analisis Koefisien Determinasi .....	58
4.1.7 Uji Hipotesis .....	59
4.2 Pembahasan .....	60
4.2.1 Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> Terhadap Minat Beli Ulang .....	60
4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang .....	62
4.2.3 Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang .....	63
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>64</b>
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>70</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Range Harga Coffe Shop di Kabupaten Kuningan.....	3
Tabel 1. 2 Data Hasil Pra Survey Minat Beli Ulang.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3. 1 Operasional Variabel .....	30
Tabel 3. 2 Penilaian Skala Interval .....	33
Tabel 3. 3 Uji Validitas <i>Customer Perceived Value</i> .....	35
Tabel 3. 4 Uji Validitas Kualitas Pelayanan .....	35
Tabel 3. 5 Uji Validitas Minat Beli Ulang.....	36
Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas <i>Customer Perceived Value</i> .....	37
Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan .....	37
Tabel 3. 8 Uji Reliabilitas Minat Beli Ulang .....	38
Tabel 4. 1 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4. 2 Klasifikasi Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 3 Klasifikasi Berdasarkan Pendidikan .....	47
Tabel 4. 4 Klasifikasi Berdasarkan Pekerjaan .....	47
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif <i>Customer Perceived Value</i> .....	48
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan .....	50
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Minat Beli Ulang .....	52
Tabel 4. 8 Uji Normalitas .....	55
Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4. 10 Uji Heterokedastisitas .....	56
Tabel 4. 11 Uji Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4. 12 Analisis Koefisien Determinasi .....	58
Tabel 4. 13 Uji F.....	59
Tabel 4. 14 Uji t.....	60

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian .....	28
Gambar 4. 1 Deskriptif Variabel Customer Perceived Value.....	50
Gambar 4. 2 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	52
Gambar 4. 3 Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang.....	54



## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik 1. 1 Pendapatan Sisi Jalan Tahun 2021, 2022, & 2023 .....	4
--	---

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran I	: Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
	: Surat Permohonan Izin Penelitian
	: Berita Acara Bimbingan Skripsi
Lampiran II	: Surat Pengantar Kuesioner
	: Kuesioner
Lampiran III	: Tabulasi Data Hasil Kuesioner dan Pra-Survey
Lampiran IV	: Output Hasil Perhitungan SPSS