

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING***

(Survei Pada Konsumen Ketemling Syahrul & Syahira di Ciawigebang)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen

oleh:

HELMI HENDIYARTO

20220510002



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

2026

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT
BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(Survei Pada Konsumen Ketemling Syahrul & Syahira Di Ciawigebang)**

Oleh

HELMI HENDIYARTO

20220510002

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 18 Juni 2026 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemn Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

Susunan Dewan Penguji

Penguji I,



Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E., Sy
NIK. 41038091296

Penguji II,



Wachjuni, S.E., M.M
NIK. 410106710221

Penguji III,



Faisha Rahimi, S.E., M.M
NIK. 410110920236

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING*
(Survei Pada Konsumen Ketemling Syahrul & Syahira Di Ciawigebang)**

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, 27 Juni 2026

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si

NIK. 41038971055

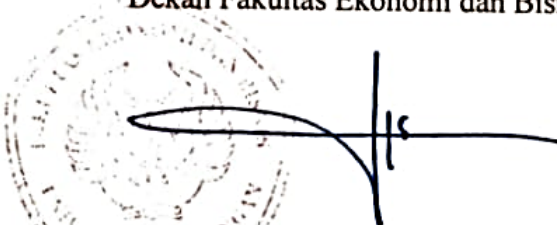
Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E., Sy

NIK. 41038091296

Mengetahui

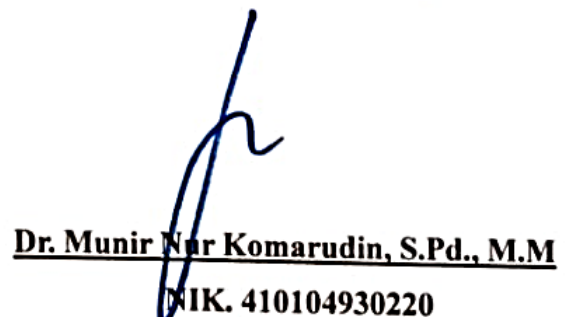
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si

NIK. 41038971054



Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M

NIK. 410104930220

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Survei Pada Konsumen Ketemling Syahrul & Syahira di Ciawigebang)” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan menjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menganggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juni 2026

Yang membuat pernyataan



(Helmi Hendiyarto)

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Doa orang tuamu menjadikan tombak keberhasilan mu”

(Helmi)

“Biarkan orang tertawa mencaci juga menghina, ku akan terus kan terbang
menggapai bintang”

(Setia Band-Istana BINTANG)

“Meskipun diri ini lelah ku kan terus berjuang demi menggapai keberhasilan”

(Helmi)

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Survei Pada Konsumen Produk Ketemling Syahrul & Sahira di Ciawigebang).

Helmi Hendiyarto (20220510002) Pembimbing I oleh Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. Pembimbing II oleh Dr. Rina Masruroh, S.E.,M.E.,Sy. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, dan persepsi harga terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Populasi minimal 160 responden dan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* ditentukan dengan cara mengalikan indikator yang digunakan dalam angket sepuluh. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa angket yang di uji kevalidan dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, analisis jalur, dan pengujian hipotesis yang digunakan yaitu uji t dan uji mediasi dengan uji analisis jalur dan uji sobel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, kepuasan konsumen tidak mempengaruhi minat beli ulang, dan kepuasan konsumen tidak dapat memediasi pengaruh antara kualitas produk terhadap minat beli ulang maupun antar persepsi harga terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang.

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE PERCEPTION ON REPURCHASE INTENTION WITH CONSUMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE (Survey of Syahrul & Sahira Ketemling Consumers).

Helmi Hendiyarto (20220510002) Supervisor I: Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. Supervisor II: Dr. Rina Masrurah, S.E., M.E., Sy. Thesis, Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Kuningan University, 2026.

This study aimed to determine the effect of product quality and price perception on repurchase intention through consumer satisfaction using a quantitative approach with descriptive and verification methods. The population consisted of at least 160 respondents, selected via purposive sampling where the sample size was determined by multiplying the questionnaire indicators by ten. Data were collected through a questionnaire tested for validity and reliability, then analyzed using descriptive analysis, classical assumption tests, multiple linear regression, path analysis, and Sobel tests. The results indicated that while both product quality and price perception had positive and significant influences on consumer satisfaction and repurchase intention, consumer satisfaction did not influence repurchase intention. Furthermore, the analysis demonstrated that consumer satisfaction could not mediate the influence of either product quality or price perception on repurchase intention.

Keywords: *Product Quality, Price Perception, Consumer Satisfaction, Repurchase Intention*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun proposal penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening*** (Survei Pada Konsumen Ketemling Syahrul & Syahira di Ciawigebang).”

Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi di program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis di Universitas Kuningan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, masih banyak keterbatasan baik dari segi penulisan, pengetahuan maupun pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan. Penulis juga menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan mungkin terwujud tanpa bantuan, dukungan dan arahan dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, organisasi dan pembaca. Atas dukungan dan bantuannya, penulis mengucapkan banyak terimakasih.

Kuningan, Juni 2026

Penulis

Helmi Hendiyarto

NIM. 20220510002

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Shalawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada para keluarganya, para sahabatnya, dan kepada kita selaku umatnya yang Insya Allah patuh akan ajarannya. Aamiin..

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, dengan rasa kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak berikut ini:

1. Dr. H. Iskandar, M.M selaku pembimbing 1 yang telah dengan tulus memberikan arahan, bimbingan, dan inspirasi tak ternilai selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran yang tak pernah pudar, ilmu yang begitu berharga, dan waktu yang telah dengan ikhlas diluangkan.
2. Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si selaku pembimbing 1 yang senantiasa menggantikan peran dosen pembimbing sebelumnya dalam memberikan arahan, bimbingan, dan inspirasi tak ternilai selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Dr. Rina masruroh, SE., M.E.Sy Selaku pembimbing II yang telah dengan penuh perhatian memberikan masukan berharga, dukungan, tak pernah sedikit pun lelah dalam membimbing, dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih atas kesabaran yang tak ternilai dan kebaikan hati yang senantiasa menyertai.
4. Dr. Anna Fitri Hindriana, M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan.
5. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Enung Nurhayati, S.E., M.Si., Ak, C.A selaku wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Dr. Tatang Rois, M.Si selaku wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

8. Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan fasilitas kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar.
9. Fauziah Adzimatunur, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing akademik.
10. Dosen- dosen beserta seluruh Staf FEB UNIKU.
11. Kedua orang tua penulis, papah dan mamah orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis, dua orang yang selalu mengusahakan anak ke dua ini menempuh Pendidikan setinggi-tingginya. Papah Cinta Pertama dan panutanku, beliau menjadi tulang punggung keluarga rela berlayar jauh menyusuri lautan biru terima kasih atas segala pengorbanan, doa, dan keteguhan yang selalu menjadi kekuatan dalam setiap langkah penulis sampai kepada tahap ini. Untuk Pintu Syurgaku, beliau ibu yang gigih dalam memanjatkan doa yang selalu beliau berikan tanpa henti disepertiga malamnya terima kasih ibu atas cinta tanpa batas, kesabaran, dan doa yang tiada henti menemani perjuanganku, kasih sayang ibu adalah sumber semangat yang membuatku terus berjuang hingga mencapai tahap ini. Terima kasih atas segala hal yang kalian berikan yang tak terhitung jumlahnya. Kakak dan adikku tercinta, terima kasih sudah menjadi sumber kebahagiaan dan semangat dalam hidup penulis. Terima kasih atas dukungan, keceriaan, dan kehadiranmu yang selalu menguatkan penulis di saat suka maupun duka. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat kakak dan adikku.
12. Keluarga Besar tersayang saudara- saudaraku serta ponakan- ponakan tersayang yang selalu memberikan semangat.
13. Ananda Lestari tercinta yang selalu mendukung dan memberikan kasih sayang serta nasehat dan bantuannya selama ini menemani sulit senangnya hidup.
14. Sahabat yang menjadi sumber semangat, serta penguat di tengah tantangan dan kesendirian.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
MOTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	i
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	I
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS	8
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. <i>Manajemen Pemasaran</i>	8
2.1.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.1.1.2. Tujuan Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.1.3. Fungsionalitas Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2. <i>Perilaku Konsumen</i>	10
2.1.2.1. Definisi Perilaku Konsumen.....	10
2.1.2.2. Tujuan Perilaku Konsumen	10
2.1.2.3. Fungsi Perilaku Konsumen.....	11
2.1.3. <i>Minat Beli Ulang</i>	15
2.1.3.1. Definisi Minat Beli Ulang.....	15
2.1.3.2. Jenis Minat Beli Ulang	15

2.1.3.3.	Faktor Minat Beli Ulang.....	16
2.1.3.4.	Indikator Minat Beli Ulang.....	18
2.1.4.	<i>Kualitas Produk</i>	18
2.1.4.1.	Definisi Kualitas Produk.....	18
2.1.4.2.	Faktor – Faktor Kualitas Produk.....	19
2.1.4.3.	Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	21
2.1.5.	<i>Persepsi Harga</i>	22
2.1.5.1.	Definisi Persepsi Harga.....	22
2.1.5.2.	Faktor – faktor Persepsi Harga.....	23
2.1.5.3.	Dimensi dan Indikator Persepsi Harga.....	24
2.1.6.	<i>Kepuasan Konsumen</i>	24
2.1.6.1.	Definisi Kepuasan Konsumen.....	24
2.1.6.2.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	25
2.1.6.3.	Dimensi dan Indikator Kepuasan Konsumen.....	26
2.2.	Hubungan Antar Variabel.....	28
2.2.1.	<i>Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen</i>	27
2.2.2.	<i>Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen</i>	27
2.2.3.	<i>Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang</i>	27
2.2.4.	<i>Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang</i>	28
2.2.5.	<i>Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang</i>	28
2.2.6.	<i>Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli melalui Kepuasan Konsumen</i>	28
2.2.7.	<i>Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen</i>	29
2.3.	Penelitian Terdahulu.....	30
2.4.	Kerangka Berfikir.....	48
2.5.	Hipotesis.....	50
BAB III	METODE PENELITIAN	50
3.1.	Metode Penelitian.....	51
3.2.	Operasional Variabel.....	51
3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	53

3.3.1. <i>Populasi Penelitian</i>	52
3.3.2. <i>Sampel Penelitian</i>	52
3.4. Jenis Sumber dan Data	55
3.4.1. <i>Jenis Data</i>	54
3.4.2. <i>Sumber Data</i>	54
3.5. Teknik Pengumpulan Data	55
3.6. Teknik Analisis Data.....	56
3.6.1. <i>Analisis Deskriptif</i>	55
3.6.2. <i>Uji Instrumen</i>	55
3.6.2.1. Uji Validitas	55
3.6.2.2. Uji Reliabilitas.....	58
3.6.3. <i>Uji Asumsi Klasik</i>	59
3.6.3.1. Uji Normalitas	59
3.6.3.2. Uji Multikolinearitas	59
3.6.3.3. Uji Heterokedastisitas.....	60
3.6.4. <i>Uji Koefisien Determinasi (KD)</i>	61
3.7. Teknik Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	56
3.7.1. <i>Interpretasi Pengaruh Langsung</i>	64
3.7.2. <i>Interpretasi Pengaruh Tidak Langsung</i>	64
3.8. Uji Sobel.....	65
3.9. Uji Hipotesis.....	67
3.9.1. <i>Uji t</i>	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	68
4.1. Hasil Penelitian.....	69
4.1.1. <i>Gambaran Umum Objek Penelitian</i>	68
4.1.1.1. Sejarah Singkat Ketemling Syahrul & Syahira.....	68
4.1.2. <i>Gambaran Karakteristik Responden</i>	69
4.1.3. <i>Hasil Analisis Deskriptif</i>	73
4.1.4. <i>Hasil Uji Asumsi Klasik</i>	83
4.1.5. <i>Uji Koefisien Determinasi</i>	86
4.1.6. <i>Hasil Uji Hipotesis</i>	87

4.2. Pembahasan	55
4.2.1. <i>Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Z).</i>	99
4.2.2. <i>Pengaruh Persepsi Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Z).</i>	100
4.2.3. <i>Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Minat Beli Ulang (Y)</i>	101
4.2.4. <i>Pengaruh Persepsi Harga (X2) terhadap Minat Beli Ulang (Y).</i>	102
4.2.5. <i>Pengaruh kepuasan konsumen (Z) terhadap minat beli ulang (Y).</i>	103
4.2.6. <i>Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Minat Beli Ulang (Y) Melalui Kepuasan Konsumen (Z).</i>	104
4.2.7. <i>Pengaruh Persepsi Harga (X2) Terhadap Minat Beli Ulang (Y) Melalui Kepuasan Konsumen (Z).</i>	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1. Kesimpulan.....	108
5.2. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	121
RIWAYAT HIDUP PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Tahun 2023 – 2025	3
Tabel 1.2 Data Hasil Pra Survei Konsumen	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Operasionalisasi variabel	51
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang (Y)	56
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)	56
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X2)	57
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Z)	57
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	72
Tabel 4.5 Hasil Deskriptif Minat Beli Ulang (Y)	73
Tabel 4.6 Hasil Deskriptif Kualitas Produk (X1)	75
Tabel 4.7 Hasil Deskriptif Persepsi Harga (X2)	78
Tabel 4.8 Hasil Deskriptif Kepuasan Konsumen (Z)	80
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Pendekatan 1-Sample Ks	83
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	84
Tabel 4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	85
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi Terhadap Z.....	86
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi Terhadap Y	87
Tabel 4.14 Hasil Uji T Kualitas Produk (X1) Dan Persepsi Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Z).....	88
Tabel 4.15 Hasil Uji T Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2) Dan Kepuasan Konsumen (Z) Terhadap Minat Beli Ulang (Y)	89
Tabel 4.16 Hasil <i>Model Summary</i>	91
Tabel 4.17 Hasil <i>Model Summary</i>	93
Tabel 4.18 Rekapitulasi Perhitungan Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung.....	97

DAFTAR GAMBAR

gambar 2.1 Paradigma	48
Gambar 3.1 Skala Interval	55
Gambar 3.2 Persamaan 1	63
Gambar 3.3 Persamaan 2	63
Gambar 4.1 Produk Ketemling Syahrul & Syahira	68
Gambar 4.2 Grafik Minat Beli Ulang.....	75
Gambar 4.3 Grafik Kualitas Produk	77
Gambar 4.4 Grafik Persepsi Harga.....	80
Gambar 4.5 Grafik Kepuasan Konsumen.....	82
Gambar 4.6 Gambar Jalur Model 1	92
Gambar 4.7 Gambar Jalur Model 2	94
Gambar 4.8 Gambar Model 3	95
Gambar 4.9 Perhitungan Hasil Sobel $X1 \rightarrow Y \rightarrow Z$	98
Gambar 4.10 Perhitungan Hasil Sobel $X2 \rightarrow Y \rightarrow Z$	98

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Surat Permohonan Izin Penelitian
Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
Berita Acara Bimbingan Skripsi
Transkrip Akademik Kemahasiswaan
- Lampiran II : Surat Pengantar Kuesioner
Identitas Responden
Dapat Pernataan Kuesioner
- Lampiran IV : Output Hasil Perhitungan SPSS Versi 25
- Lampiran V : r Tabel
t Tabel
- Lampiran VI : Riwayat Hidup Penulis