

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI MINAT BELI ULANG PRODUK
CUSTOMCASE HANDPHONE DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(STUDI PADA TNTSHOP3 SEMARANG)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (SI)
pada program Sarjana Fakultas Ekonomika Dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

**DIAN MUTIARA SAPUTRI
12010112140182**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2016

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Dian Mutiara Saputri
Nomor Induk Mahasiswa : 12010112140182
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI MINAT BELI
ULANG PRODUK CUSTOMCASE
HANDPHONE DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (Studi pada Tntshop3,
Semarang)**
Dosen Pembimbing : Sri Rahayu Tri Asuti, S.E., M.M.

Semarang, 23 Mei 2016

Dosen Pembimbing,

(Sri Rahayu Tri Astuti, S.E., M.M.)

NIP. 197309252003122001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Dian Mutiara Saputri
Nomor Induk Mahasiswa : 12010112140182
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI MINAT BELI
ULANG PRODUK CUSTOMCASE
HANDPHONE DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (Studi pada Tntshop3,
Semarang)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 2 Juni 2016

Tim Penguji

1. Sri Rahayu Tri Astuti,SE,M M (.....)
2. Imroatul Khasanah,SE,M M (.....)
3. I Made Sukresna,SE,M.Si,Ph.D (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Dian Mutiara Saputri, menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR MINAT BELI ULANG PRODUK CUSTOMCASE HANDPHONE DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Tntshop3, Semarang)”** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 23 Mei 2016

Yang membuat pernyataan,

Dian Mutiara Saputri
NIM. 12010112140182

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Al – Insyiraah, ayat 5-6)

“Berdoalah kepadaKu, niscaya Aku kabulkan untukmu”

(Al Mukmin : 60)

“Hai orang-orang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, Sesungguhnya Allah beserta orang – orang yang sabar”

(Al- Baqarah : 153)

“Nothing is impossible, the word itself says “I’m possible”!”

(Audrey Hepburn)

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua Orang Tua, dan kedua adik saya yang selalu memberikan doa, motivasi serta dukungannya.

ABSTRACT

This study aim to analyze the effect of variants product, perceptions of price and service quality to repurchase intention in Tntshop3 products through customer satisfactions as intervening variable on product users Tntshop3. Variants products, perceptions of price and service quality are the reasons of consumer when selecting and alsho repurchasing customcase mobile phone products which is one of important consumer needs.

In this case use three independent variables with one intervening variables and the dependent variable. The population are customers Tntshop3. This research uase as a sample of 100 respondents by the criteria have been using the services of Hest'in Modiste more than twice. Then the data were analyzed using multiple regression analysis channeled through the SPSS program. Based on the research results, the result that variants product, perceptions of price and service quality positive effect on customer satisfaction with the regression coefficient is $Y_1 = 0,212X_1+0,218X_2+0,498X_3$ and customer satisfaction has positive effect on the repurchase intention with the regression coefficient is $Y_2 = 0,693Y_1+e$.

Keywords : Variant Products, Perceptions of Price, Service Quality, Customer Satisfaction, Repurchase Intention

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh varian produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang produk Tntshop3 melalui kepuasan pelanggan pada pengguna produk Tntshop3. Varian produk, persepsi harga serta kualitas pelayanan merupakan suatu alasan tersendiri bagi konsumen untuk memilih serta membeli kembali suatu produk customcase handphone yang merupakan salah satu kebutuhan penting konsumen saat ini.

Pada penelitian ini menggunakan tiga variabel independent dengan satu variabel intervening dan satu variabel dependent. Populasi yang digunakan adalah seluruh pelanggan Tntshop3. Besarnya sampel sebanyak 100 orang dengan kriteria telah menggunakan jasa Tntshop3 lebih dari dua kali. Kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi berganda melalui program SPSS. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa varian produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi yaitu $Y_1 = 0,212X_1 + 0,218X_2 + 0,498X_3$ serta kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang dengan koefisien regresi yaitu $Y_2 = 0,693Y_1 + e$

Kata Kunci : Varian Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan pelanggan, Minat Beli Ulang

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT karena atas rahmat dan karunia- Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR MINAT BELI ULANG PRODUK CUSTOMCASE HANDPHONE DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Tntshop3, Semarang)** yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Shalawat serta salam selalu tercurahh pada junjungan kita Rasulullah SAW, keluarga, sahabat, serta umatnya hingga akhir zaman. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E, M.E selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
3. Ibu Sri Rahayu Tri Astuti, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.

4. Ibu Dra. Hj. Endang Tri Widiyarti, M.M selaku dosen wali yang telah memberikan pengarahan dan nasihat kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Seluruh staf Tata Usaha, perpustakaan serta karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang yang telah membantu penulis selama masa studi.
7. Kedua orang tuaku Bapak Drs. H. Suharto dan Ibu Hj. Siti Yuaeroh serta kedua adikku Rizka Berliana Saputri dan Cinantya Nareswari Permata Saputri yang selalu memberikan dukungan moral, motivasi dan tak henti-hentinya memberikan doa dan kasih sayang untukku.
8. Tntshop3 yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian skripsi hingga selesai.
9. Sahabat – sahabat kewes (Ayu, Adhis, Amila, dan Sheila) yang sudah menemani dan memberikan pengalaman luar biasa sejak awal masuk kuliah hingga saat ini.
10. Sahabat receh (Tamara, Ratih, Audina, Neddy dan Fiha) yang sudah memberikan dukungan, motivasi dan saran selama ini.
11. Teman – teman kos Farah house (Citra, Rahma, Danik, Syanda, Kak Dwi, Eka, Gita dan lainnya) yang mau berbagi selama dua tahun tinggal bersama. Terimakasih atas semua saran dan masukkannya.

12. Teman – Teman Travelling (Fary, Farizky, Neisya, Obe) yang sudah memberikan liburan menyenangkan dan tak terlupakan. Terimakasih untuk supportnya selama ini
13. Teman – Teman : Ririn, Diba, Sarah Dewi, Galih, Nana, Rizki Wilda, Andhita Ambo, Rama, Duta, Fikri Khair, Mas Enggar, Reni Y, Mbak Nia. Terimakasih atas semua saran dan motivasinya sampai saat ini.
14. Teman- Teman seperjuangan di Manajemen 2012 yang selalu bisa diandalkan dalam setiap waktu sebagai teman diskusi.
15. Responden yang telah meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner sehingga penyusunan penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
16. Semua pihak yang turut serta mendukung secara langsung maupun tidak kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan akan mendapat balasan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis menyadari skripsi ini belum sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan tidak hanya untuk penulis namun juga bagi pembaca di masa yang akan datang.

Semarang, 23 Mei 2016

Penulis,
Dian Mutiara Saputri

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR GRAFIK.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.3.1 Tujuan Penelitian	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	13
1.4 Sistematika Penulisan	13
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori.....	15

2.1.1	Minat Beli Ulang.....	15
2.1.2	Varian Produk	18
2.1.3	Persepsi Harga.....	21
2.1.4	Kualitas Pelayanan	27
2.1.5	Kepuasan Pelanggan	31
2.2	Penelitian Terdahulu	37
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis	40
2.4	Hipotesis Penelitian	40
BAB III		41
METODE PENELITIAN.....		41
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	41
3.1.1	Variabel Penelitian	41
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	42
3.2	Populasi dan Sampel	44
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	46
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	47
3.5	Telaah Pustaka	49
3.6	Metode Analisis Data.....	49
3.7	Uji Validitas	49
3.8	Uji Realibilitas	50
3.9	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.9.1	Uji Normalitas	50
3.9.2	Uji Multikolonieritas.....	51
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas.....	52
3.10	Analisis Regresi Linier Berganda	52

3.10.1 Uji t	53
3.10.2 Uji F	54
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	55
BAB IV	56
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	56
4.2 Gambaran Umum Responden	56
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan....	58
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	59
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	60
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	60
4.3.1 Analisis Indeks Jawaban Responden	60
4.4 Analisis Deskriptif Persentase	61
4.4.1 Analisis Indeks Varian Produk (Variabel X ₁)	62
4.4.2 Analisis Indeks Persepsi Harga (Variabel X ₂)	63
4.4.3 Analisis Indeks Kualitas Pelayanan (Variabel X ₃).....	65
4.4.4 Analisis Indeks Kepuasan Pelanggan (Variabel Y ₁).....	67
4.4.5 Analisis Indeks Minat Beli Ulang (Variabel Y ₂)	69
4.5 Metode Analisis Data.....	71
4.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	71
4.5.1.1 Uji Validitas	71
4.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	73

4.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	73
4.5.2.1	Uji Multikolinieritas.....	73
4.5.2.2	Uji Heteroskedastisitas.....	74
4.5.2.3	Uji Normalitas.....	76
4.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
4.5.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda I.....	77
4.5.3.2	Analisis Regresi Linier Berganda II.....	79
4.5.4	Uji Goodness of Fit.....	80
4.5.4.1	Koefisien Determinasi (R^2).....	80
4.5.4.2	Uji t.....	81
4.5.4.3	Uji F.....	84
4.5.5	Pembahasan.....	85
BAB V.....		88
PENUTUP.....		88
5.1	Kesimpulan.....	88
5.2	Keterbatasan.....	90
5.3	Saran.....	91
5.3.1	Saran Untuk Perusahaan.....	91
5.3.2	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....		93
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Jumlah Pelanggan Tntshop3 Tahun 2012-2015.....	8
Tabel 1.2 Tabel Tingkat Ketidakpuasaan Konsumen Tahun 2012-2015.....	8
Tabel 1.3 Produksi Casing Hp Tntshop3 pada tahun 2012 – 2015.....	10
Tabel 3.1 Definisi Operasional	42
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	59
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	59
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	60
Tabel 4.7 Nilai Indeks Variabel Varian Produk.....	62
Tabel 4.9 Deskripsi Indeks Jawaban Variabel Varian Produk.....	63
Tabel 4.10 Nilai Indeks Variabel Persepsi Harga	64
Tabel 4.11 Deskripsi Indeks Jawaban Variabel Persepsi Harga	65
Tabel 4.12 Nilai Indeks Variabel Kualitas Pelayanan	66
Tabel 4.13 Deskripsi Indeks Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan	67
Tabel 4.14 Nilai Indeks Variabel Kepuasan Pelanggan.....	68
Tabel 4.15 Deskripsi Indeks Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan	69
Tabel 4.16 Nilai Indeks Variabel Minat Beli Ulang	70

Tabel 4.17 Deskripsi Indeks Jawaban Variabel Minat Beli Ulang	71
Tabel 4.18 Hasil Perhitungan Uji Validitas Instrumen	72
Tabel 4.19 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Instrumen	73
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinearitas.....	74
Tabel 4.21 Hasil Perhitungan Regresi Berganda I.....	74
Tabel 4.22 Hasil Perhitungan Regresi Berganda II.....	79
Tabel 4.23 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R ²) Model I.....	80
Tabel 4.24 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R ²) Model II	81
Tabel 4.25 Hasil Uji t Model I	82
Tabel 4.26 Hasil Uji t Model II.....	83
Tabel 4.27 Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F) Model I.....	84
Tabel 4.28 Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F) Model II	85
Tabel 5.1 Implikasi Manajerial	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	40
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan Pertama	75
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan Kedua	75
Gambar 4.3 Normal Probability Plot Persamaan Pertama	76
Gambar 4.4 Normal Probability Plot Persamaan Pertama	77

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Produksi Casing Hp Tntshop3 pada tahun 2012 – 2015..... 10

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Lembar Kuesioner

Lampiran B : Tabulasi Data

Lampiran C : Hasil Pengolahan Data