



**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
KONSUMEN UNTUK MENCAPAI PEMBELIAN KEMBALI
(Studi Kasus Pada Konsumen Produk Fiesta *Chicken Nugget*)**

TESIS
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**THEOFILUS PIRRI
55117010006**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
TAHUN 2020**

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh:

Nama : Theofilus Pirri
NIM : 55117010006
Program Studi : Magister Manajemen

Dengan judul, *Analysis of The Effect of Product Quality, Price Perception, Brand Image and Promotion on Customer Satisfaction to Achieve Repurchase Intention (Fiesta Chicken Nugget)* telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan system Turnitin pada tanggal 14 Agustus 2020, didapatkan nilai persentase sebesar **20%**.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 24 Agustus 2020

Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Untuk Mencapai Pembelian Kembali
Bentuk Tesis : Penelitian atau Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Theofilus Pirri
NIM : 55117010006
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 3 September 2020

Mengesahkan,
Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCUBUANA
(Dr. Dipa Mulia, M.M.,M.H.)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen

(Prof. Dr. Ing. Mudrik Alaydrus)

(Dudi Permana, Ph.D)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini:

Judul : Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Untuk Mencapai Pembelian Kembali

Bentuk Tesis : Penelitian atau Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Theofilus Pirri

NIM : 55117010006

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 3 September 2020

Merupakan hasil penelitian dan merupakan hasil karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 3 September 2020



Theofilus Pirri

ABSTRACT

This study aims to analyze factors that affecting customer satisfaction to achive repurchase intention's Fiesta chicken Nugget in Jakarta, Indonesia. This study uses Non Probability Sampling and purposive sampling methods with a total of 190 respondents. Data analysis of this study is carried out by structural equation model (SEM) analysis using Lisrel 8.8.

The findings show that each independent variable namely product quality, price perception, brand image and promotion has a positive and significant influence on customer satisfaction as intervening variable. Customer satisfaction as intervening variable has a positive and significant influence on repurchase intention as dependent variable. The product quality has the biggest influence among the four independent variables on customer satisfaction. It is recommended that companies should focus on increasing the value of product quality and product price adjustments to increase customer satisfaction and the company should pay more intention to promotion and improve brand image for the better. Further research by conducting research on other variables with a larger sample is also recommended.

Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, Promotion, Customer Satisfaction, Repurchase Intention, Fiesta Chicken Nugget.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk mencapai pembelian kembali Fiesta Chicken Nugget di Jakarta, Indonesia. Penelitian ini menggunakan Non Probability Sampling dan metode purposive sampling dengan total 190 responden. Analisis data penelitian ini dilakukan dengan analisis structural equation model (SEM) dan menggunakan perangkat lunak Lisrel 8.8.

Temuan menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen yaitu kualitas produk, persepsi harga, citra merek dan promosi memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel intervening yaitu kepuasan konsumen. Serta variabel intervening yaitu kepuasan konsumen memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu pembelian kembali. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh paling besar diantara keempat variabel independen terhadap kepuasan konsumen. Disarankan bahwa perusahaan harus fokus pada peningkatan nilai kualitas produk dan penyesuaian harga produk untuk meningkatkan kepuasan konsumen serta perusahaan harus lebih memperhatikan promosi yang dilakukan dan meningkatkan citra merek menjadi lebih baik lagi. Penelitian lebih lanjut dengan melakukan penelitian terhadap variabel lain dengan jumlah sampel yang lebih besar juga disarankan.

Kata kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek, Promosi, Kepuasan Konsumen, Pembelian Kembali, Fiesta Chicken Nugget.



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur pada Tuhan Yesus Kristus atas segala kasih dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen untuk mencapai Pembelian Kembali *Fiesta Chicken Nugget* di DKI Jakarta.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Dipa Mulya, MM, MH selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan tesis ini.
2. Prof. Didik J Rachbini selaku dosen Research Marketing yang telah membimbing penulis dalam merangkai karya ilmiah yang baik dan benar.
3. Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Mercu Buana.
4. Prof. Dr.-Ing. Mudrik Alaydrus selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.
5. Prof. Dr. Ngadino Surip, Ms selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
6. Semua dosen dan staff administrasi Program Studi Magister Manajemen.
7. Bapak Peter Pirri dan Ibu Elizabeth Pare selaku orang tua penulis yang selalu mendoakan dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
8. Ms. Alfrianty yang selalu memberikan support dan inspirasi.
9. Seluruh mahasiswa pascasarjana angkatan 2017 khususnya Reguler 1 kelas “Beasiswa-Luar Biasa” yang selalu mendukung dan memberikan semangat dari awal proses perkuliahan hingga penyelesaian Tesis ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kesalahan baik yang disengaja maupun tidak dalam penyusunan Tesis ini. Semoga Tesis ini dapat bermanfaat dan berguna bagi orang lain maupun institusi.

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah Penelitian	10
1.2.1. Identifikasi Masalah Penelitian	10
1.2.2. Pembatasan Masalah Penelitian.....	11
1.2.3. Perumusan Masalah Penelitian.....	11
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	14
2.1. Kajian Pustaka.....	14
2.1.1. Kualitas Produk	14
2.1.2. Persepsi Harga	16
2.1.3. Merek.....	19
2.1.4. Promosi.....	25
2.1.5. Kepuasan Konsumen	28
2.1.6. Pembelian Kembali.....	34
2.2. Penelitian Terdahulu	36
2.3. Kerangka Berpikir dan Hipotesis	42

BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1. Jenis Penelitian	44
3.2. Pengukuran Variabel dan Definisi Operasional	44
3.2.1. Pengukuran Variabel Penelitian	44
3.2.2. Skala Pengukuran	46
3.2.3. Definisi Operasional	46
3.3. Populasi dan Sampel	49
3.3.1. Populasi	49
3.3.2. Sampel	49
3.4. Metode Pengumpulan Data	50
3.5. Metode Analisis Data	51
3.5.1. Uji Validitas, Uji Normalitas dan Reliabilitas Instrumen.....	52
3.5.1.1. Uji Validitas	52
3.5.1.2. Uji Normalitas	53
3.5.1.3. Uji Realibilitas	53
3.5.2. Analisis Struktural Equation Model (SEM).....	54
3.5.2.1. Asumsi-asumsi <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	55
3.5.2.2. Prosedur SEM (<i>Structural Equation Model</i>)	62
3.5.2.3. Pengujian Hipotesis.....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1. Deskripsi Perusahaan	66
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	67
4.2. Hasil Penelitian	68
4.2.1. Karakteristik Demografis Responden.....	69
4.2.2. Analisa Deskriptif Hasil Jawaban Kuesioner	71
4.3. Hasil Analisa dan Pembahasan	78
4.3.1. Analisa Kecocokan Model Pengukuran	78
4.3.1.1. Uji Validitas dan Reliabilitas SEM.....	79
4.3.1.2. Uji Normalitas.....	86
4.3.1.3. Uji Multikolinieritas.....	88
4.3.2. Analisa Kecocokan model Struktural	89

4.3.3. Uji Kecocokan Model Struktural.....	90
4.3.4. Hasil Pengujian Hipotesis.....	95
4.4. Pembahasan.....	99
4.4.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	99
4.4.2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	100
4.4.3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen.....	101
4.4.4. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	103
4.4.5. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Kembali.....	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN.....	120



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	4
Gambar 1.2	5
Gambar 1.3	6
Gambar 1.4	8
Gambar 2.1	43
Gambar 4.1	80
Gambar 4.2	81
Gambar 4.3	82
Gambar 4.4	83
Gambar 4.5	84
Gambar 4.6	85
Gambar 4.7	87
Gambar 4.8	89
Gambar 4.9	90
Gambar 4.10	93
Gambar 4.11	93
Gambar 4.12	94
Gambar 4.13	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	36
Tabel 3.1	46
Tabel 3.2	46
Tabel 3.3	51
Tabel 3.4	61
Tabel 4.1	68
Tabel 4.2	69
Tabel 4.3	72
Tabel 4.4	73
Tabel 4.5	74
Tabel 4.6	75
Tabel 4.7	76
Tabel 4.8	77
Tabel 4.9	80
Tabel 4.10	81
Tabel 4.11	82
Tabel 4.12	83
Tabel 4.13	84
Tabel 4.14	86
Tabel 4.15	92
Tabel 4.16	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Kuesioner	120
Lampiran 2 Hasil Kuesioner.....	124
Lampiran 3 Hasil Olah Data dengan Lisrel.....	130
Lampiran 4 Hasil Pengecekan <i>Similarity</i>	160

