



**PERAN MEDIASI KEPUASAN KONSUMEN,
PENGALAMAN KONSUMEN, PERSEPSI HARGA,
KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP MINAT BELI KEMBALI
(STUDI DI RUMAH MAKAN EMPAL GENTONG H.
APUD CIREBON)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS
ROPIDIN
MERCU BUANA
55119110098

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2021**

ABSTRAC

The purpose of this study was to analyze the mediating role of consumer satisfaction, consumer experience, price perception, service quality and brand image on repurchase intention (study at Empal Gentong H. Apud restaurant, Cirebon). The study involved 151 Empal Gentong H. Apud consumers who had already have bought at least once in three months and are in the Cirebon area. Researchers used Partial Least Square (PLS) as a technique used to analyze measurements and structural models. This type of research is descriptive quantitative with the method used is a direct survey and using google form and the results of this study indicate that six variables have a positive and significant effect while the other three variables have a positive but not significant effect.

Keywords: Price perception, Service Quality, Consumer Experience, Brand Image, Customers and repurchase intention.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran mediasi kepuasan konsumen, pengalaman konsumen, persepsi harga, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap minat beli kembali (studi di rumah makan empal gentong H. Apud Cirebon) Studi melibatkan 151 konsumen empal gentong H. Apud yang sudah pernah membeli minimal sekali dalam tiga bulan dan berada di wilayah Cirebon. Peneliti menggunakan *Partial Least Square (PLS)* sebagai teknik yang digunakan untuk menganalisis pengukuran dan model struktural. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode yang digunakan yaitu dengan survey langsung dan menggunakan google form dan dari Hasil penelitian inimenunjukkan bahwa enam variabel berpengaruh positif dan signifikan sedangkan tiga variabel lainnya berpengaruh positif namun tidak signifikan.

Kata kunci: Persepsi harga, Kualitas Pelayanan, Pengalaman Konsumen, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan dan Minat beli kembali,

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Peran Mediasi Kepuasan Konsumen, Pengalaman Konsumen,
Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan CitraMerek Terhadap
Minat Beli Kembali (Studi Di Rumah Makan Empal Gentong
H. Apud Cirebon)

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah

Nama : Ropidin

NIM : 55119110098

Program : Magister Manajemen

Tanggal : September 2021

Mengesahkan

Pembimbing



(Dr. Tafiprios, MM.)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Mercubuana

Ketua Program Studi Magister
Manajemen



(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, MSi)



(Dr. Indra Siswanti, SE, MM.)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Peran Mediasi Kepuasan Konsumen, Pengalaman
Konsumen, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Citra
Merek Terhadap Minat Beli Kembali (Studi Di Rumah
Makan Empal Gentong H. Apud Cirebon)

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah

Nama : Ropidin

NIM : 55119110098

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 16 Agustus 2021

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana. 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, 30, September 2021



(Ropidin)

N

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Kedua orang tua saya, dan istri saya, atas segala rahmat dan karunia-Nya, dan doa dari Kedua orang tua saya, dan istri saya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: Peran Mediasi Kepuasan Konsumen, Pengalaman Konsumen, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Kembali (Studi Di Rumah Makan Empal Gentong H. Apud Cirebon).

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen dalam Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari beberapa pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Tafiprios, MM selaku Dosen Pembimbing yang penuh perhatian dan kesabaran dalam memberikan arahan dan masukan selama penulisan Tesis ini.
2. Dr. Indra Siswanti, SE. MM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan semangat, saran dan petunjuk dalam penyusunan tesis ini.
3. Seluruh Dosen Magister Manajemen dan staf administrasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Rekan-rekan seperjuangan penulis, dari awal kuliah sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan perkuliahan, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, atas kerjasama dan bantuannya.

Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah pandemi Covid-19 bagi pelaku usaha UMKM di Indonesia

Jakarta, Juni 2021

Ropidin

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
PERNYATAAN SIMILIARITY CHECK.....	ix
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Kontribusi Penelitian.....	9
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Teori	10
2.2. Penelitian Terdahulu	22
2.3. Kerangka Penelitian	35
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1. Metode Penelitian.....	36
3.2. Variabel Penelitian	36
3.3. Populasi dan Sampel	40
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	41
3.5. Metode Analisis Data.....	42
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.2. Analisis Data	45
4.3. Pembahasan.....	66
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	69
5.2. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
Lampiran.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	48
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Yang Di Belanjakan	49
Tabel 4.6 Uji Statistik Deskriptif Variabel Pengalaman Konsumen.....	50
Tabel 4.7 Uji Statistik Deskriptif Variabel Presepsi Harga	51
Tabel 4.8 Uji Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	52
Tabel 4.9 Uji Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	53
Tabel 4.10 Uji Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	54
Tabel 4.11 Uji Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Kembali.....	54
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Convergent Validity.....	58
Tabel 4.13 Hasil pengujian Validity dan Reliability Construct	60
Tabel 4.14 Hasil pengujian nilai AVE	60
Tabel 4.15 Hasil Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross Loadings)	61
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell-Lacker Criterion)	62
Tabel 4.17 Hasil Uji R-Square	63
Tabel 4.18 Hasil Path Coefficients.....	64

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sektor UMKM Yang Terkena Dampak	1
Gambar 1.2 Populasi Penduduk Kota Cirebon.....	2
Gambar 1.3 Perbandingan Omset Empal Gentong H. Apud Dan Amarta.....	3
Gambar 1.4 Data Pengunjung Empal Gentong H. Apud dan Amarta.....	4
Gambar 1.5 Hasil Pra Survey Konsumen Empal Gentong H. Apud.....	6
Gambar 2.1 Theory of Planed Behavior.....	21
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian	35
Gambar 4.1 Diagram Model Hubungan Kausal Antar Variabel	56
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Convergt Validity	59
Gambar 4.3 Hail Uji Inner Model.....	63



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Ropidin.....
NIM : 55119110098.....
Program Studi : Magister Management Marketing.....

dengan judul
“Peran Kepuasan Konsumen, Pengalaman Konsumen, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Kembali (Studi Kasus Empal Gentong H. Apud)

.....”
telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 05/08/2021,
didapatkan nilai persentase sebesar 30 %.

Jakarta, 05 Agustus 2021
Administrator Turnitin

MERCU BUANA

Arie Pangudi, A.Md