

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *PERCEIVED*  
*VALUE* TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG KONSUMEN  
UMKM DI INDOMARET DENGAN KEPUASAN KONSUMEN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**  
(Studi Kasus Kemitraan UMKM Dengan Indomaret di Wilayah Jakarta)

**SKRIPSI**



Nama : Wahyu Febrialdi

Nim : 43120120133

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2024**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *PERCEIVED*  
*VALUE* TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG KONSUMEN  
UMKM DI INDOMARET DENGAN KEPUASAN KONSUMEN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**  
(Studi Kasus Kemitraan UMKM Dengan Indomaret di Wilayah Jakarta)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi, Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Mercu Buana, Jakarta.



Nama : Wahyu Febrialdi

Nim : 43120120133

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2024**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Febrialdi  
NIM : 43120120133  
Program Studi : S1 Manajemen

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya asli saya sendiri. Jika ada bagian dari karya ini yang diambil dari karya orang lain, saya telah mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya siap menerima sanksi pembatalan skripsi ini jika terbukti melakukan penjiplakan. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 21 Oktober 2024



Wahyu Febrialdi  
3120120133

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wahyu Febrialdi  
NIM : 43120120133  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Perceived Value Terhadap Niat Pembelian Ulang Konsumen UMKM Di Indomaret Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Kemitraan UMKM Dengan Indomaret di Wilayah Jakarta)  
Tanggal Sidang : 19 Oktober 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Ali Hanafiah, SE., MM., DBA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

Dudi Permana, Ph.D

LPTA-10244618



Scan QR or [click here](#) to  
Verification

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan *perceived value* terhadap niat pembelian ulang konsumen UMKM di Indomaret dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Penelitian ini berfokus pada kemitraan UMKM dengan Indomaret di wilayah Jakarta. Pendekatan yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 126 responden. Analisis data dilakukan menggunakan teknik statistik yang relevan melalui software SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat pembelian ulang konsumen. Di sisi lain, *perceived value* ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang. Selain itu, kepuasan konsumen juga terbukti berperan signifikan dalam mendorong niat pembelian ulang konsumen. Kualitas pelayanan terbukti memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen, demikian pula dengan *perceived value* yang memberikan dampak positif terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini juga menemukan bahwa kepuasan konsumen mampu memediasi secara parsial pengaruh kualitas pelayanan dan *perceived value* terhadap niat pembelian ulang konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Perceived Value, Niat Pembelian Ulang Konsumen, Kepuasan Konsumen



## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of service quality and perceived value on the repurchase intention of MSME consumers at Indomaret with customer satisfaction as an intervening variable. This research focuses on MSME partnerships with Indomaret in the Jakarta area. The approach used is descriptive quantitative method, with data collection through questionnaires distributed to 126 respondents. Data analysis was carried out using relevant statistical techniques through SmartPLS 4 software. The results showed that service quality did not have a significant influence on consumer repurchase intentions. On the other hand, perceived value was found to have a positive and significant effect on repurchase intentions. In addition, customer satisfaction is also proven to play a significant role in driving consumer repurchase intentions. Service quality is proven to have a positive influence on customer satisfaction, as well as perceived value which has a positive impact on customer satisfaction. This study also found that customer satisfaction is able to partially mediate the effect of service quality and perceived value on consumer repurchase intentions.*

*Keywords: Service Quality, Perceived Value, Consumer Repurchase Intention, Consumer Satisfaction*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala hikmat dan berkat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Perceived Value* Terhadap Niat Pembelian Ulang Konsumen UMKM Di Indomaret Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Kemitraan UMKM Dengan Indomaret di Wilayah Jakarta)”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang berarti dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan penelitian ini dengan sukses, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng., Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, S.E., M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Ali Hanafiah, S.E., M.M., DBA selaku dosen penguji sekaligus dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi ini, yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, serta nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat.
5. Bapak Dr. Tafiprios, S.E., M.M selaku Ketua Penguji pada ujian akhir skripsi ini, yang telah memberikan masukan berharga untuk perbaikan dan peningkatan kualitas skripsi ini.
6. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, M.M selaku dosen penguji pada ujian akhir skripsi ini, yang telah memberikan masukan berharga serta saran konstruktif untuk perbaikan dan peningkatan kualitas skripsi ini.
7. Saya juga sangat berterima kasih kepada keluarga saya atas dukungan dan doa mereka yang tak pernah berhenti.

8. Saya mengucapkan terima kasih kepada seluruh Dosen dan staf Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
9. Saya mengucapkan terima kasih kepada Bernadya yang telah memberikan motivasi melalui lagu "Untungnya Hidup Harus Tetap Berjalan," yang menjadi motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, Ardhito Pramono dengan lagu "*walking together with you*" dan Vierratale dengan lagu-lagu nya, yang menemani penulis dalam proses penyembuhan patah hati serta motivasi.
10. Terakhir kepada seseorang yang pernah bersama Saya, terima kasih untuk patah hati yang pernah diberikan saat proses penyusunan skripsi ini. Karena dengan patah hati membuat saya jauh lebih semangat, terima kasih telah menjadi bagian menyenangkan sekaligus menyakitkan dari proses pendewasaan ini.

Penulis menyadari bahwa sebagai manusia biasa, skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap segala bentuk saran, masukan, dan kritik yang konstruktif dari berbagai pihak untuk memperbaiki dan menyempurnakan penelitian ini. Harapannya semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan, baik bagi penulis sendiri maupun bagi para pembaca secara umum.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Oktober 2024



Wahyu Febrialdi  
3120120133



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	II
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	III
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	IV
<b>ABSTRAK</b> .....	V
<b>ABSTRACT</b> .....	VI
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	VII
<b>DAFTAR ISI</b> .....	IX
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	XI
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	XII
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A.Latar Belakang Masalah .....	1
B.Rumusan Masalah.....	10
C.Tujuan Penelitian .....	10
D.Kontribusi Penelitian .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	12
A. Kajian Pustaka .....	12
1.Kerangka Teoritis .....	12
2.Penelitian Terdahulu.....	33
B. Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Pemikiran .....	40
1. Pengembangan Hipotesis.....	40
2. Kerangka Pemikiran .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	47
A.Waktu dan Tempat Penelitian .....	47
B.Desain Penelitian .....	47
1.Definisi dan Operasional Variabel .....	48
2.Skala Pengukuran Variabel .....	51
3.Populasi dan Sampel Penelitian.....	52
4.Metode Pengumpulan Data .....	53
C. Metode Analisa Data .....	53
1.Statistik Deskriptif Variabel .....	53
2.Pengujian Intrumen.....	53
3.SmartPLS 4.0.....	54
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	58
A. Analisis Deskriptif.....	58
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
2. Karakteristik Responden.....	59
3. Deskripsi Variabel .....	62
B. Analisis Partial Least Square (PLS) .....	67
1. Evaluasi Measurement (outer model).....	67
2. Uji Reliabilitas .....	76
3. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model) .....	78

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	98
<b>LAMPIRAN</b> .....	105



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1. 1	Data Pembukaan dan Penutupan UMKM 2022-2024 .....	2
Tabel 1. 2	Hasil Pra-Survey .....	7
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 3. 1	Operasional Variabel .....	49
Tabel 3. 2	Skala <i>Likert</i> .....	52
Tabel 4. 1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
Tabel 4. 2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	60
Tabel 4. 3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	60
Tabel 4. 4	Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili .....	61
Tabel 4. 5	Hasil Deskripsi Kualitas Pelayanan .....	63
Tabel 4. 6	Hasil Deskripsi Variabel <i>Perceived Value</i> .....	64
Tabel 4. 7	Hasil Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen .....	65
Tabel 4. 8	Hasil Deskripsi Variabel Niat Pembelian Ulang Konsumen .....	66
Tabel 4. 9	Hasil pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	68
Tabel 4. 10	Hasil Pengujian AVE .....	69
Tabel 4. 11	Hasil pengujian <i>Convergent Validity</i> (modifikasi) .....	70
Tabel 4. 12	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Cross loadings</i> ) .....	72
Tabel 4. 13	Hasil Pengujian AVE (setelah penghapusan indikator KP 7) .....	74
Tabel 4. 14	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> ( <i>fornell larcker criterion</i> ) .....	75
Tabel 4. 15	<i>Heterotrait-monotrait ratio</i> (HTMT) .....	76
Tabel 4. 16	Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i> .....	76
Tabel 4. 17	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> ( $\rho_c$ ) .....	77
Tabel 4. 18	Nilai $2R^2$ Variabel Endogen .....	78
Tabel 4. 19	Nilai $Q^2_{predict}$ Variabel Endogen .....	79
Tabel 4. 20	Model Fit .....	80
Tabel 4. 21	Hasil Pengujian Hipotesis .....	82
Tabel 4. 22	Hasil Pengujian Hipotesis (Hubungan Tidak Langsung) .....	85

## DAFTAR GAMBAR

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1. 1	Sebaran Toko Indomaret dan mitra UMKM Di Wilayah Jakarta.....	4
Gambar 2. 1	Expectancy Confirmation Theory (ECT) .....	17
Gambar 2. 2	Kerangka Kerja Teori <i>Triple Bottom Line</i> (TBL).....	20
Gambar 2. 3	Kerangka Pemikiran .....	45
Gambar 4. 1	Hasil Algoritma PLS.....	68
Gambar 4. 2	Hasil Algoritma PLS (modifikasi).....	71
Gambar 4. 3	Hasil Uji Bootstrapping .....	82

