



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP INTENSI PEMBELIAN ULANG
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI : STUDI KASUS PADA IMPERIAL KITCHEN &
DIMSUM GENERASI MILENIAL**

TESIS

Nama : Dicky Widhianto

NIM : 55123110098

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP INTENSI PEMBELIAN ULANG
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI : STUDI KASUS PADA IMPERIAL KITCHEN &
DIMSUM GENERASI MILENIAL**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen**

MERCU BUANA

Nama : Dicky Widhianto

NIM : 55123110098

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

ABSTRACT

Imperial Kitchen & Dimsum is a well-established restaurant chain in Indonesia currently facing challenges such as declining transaction volumes and unmet sales targets, particularly in the Jakarta area. This study aims to analyze the influence of product quality and service quality on repurchase intention, with customer satisfaction as a mediating variable. The theoretical framework combines the Stimulus–Organism–Response (SOR) model and the Theory of Planned Behavior (TPB) and. SOR explains how external stimuli (product and service quality) are cognitively and emotionally processed as satisfaction before generating behavioral responses. Meanwhile, TPB, product and service quality influence attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control, which shape behavioral intentions. A quantitative method was employed, using survey data collected from 140 millennial respondents through purposive sampling. Data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with Smart PLS 4.0. Results indicate significant positive effects of product and service quality on customer satisfaction, and of satisfaction on repurchase intention. The study contributes theoretically by validating the applicability of SOR and TPB in the context of millennial culinary consumption in Indonesia.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, Repurchase Intention, Stimulus–Organism–Response (SOR)*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Imperial Kitchen & Dimsum menghadapi tantangan berupa penurunan transaksi dan tidak tercapainya target penjualan di wilayah Jakarta. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap intensi pembelian ulang, dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Stimulus-Organism-Response (SOR)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)*. Dalam SOR, kualitas produk dan pelayanan bertindak sebagai stimulus yang diproses secara internal melalui kepuasan sebelum menghasilkan respons berupa perilaku pembelian ulang. Dalam TPB, kualitas memengaruhi sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol yang membentuk intensi. Sementara itu, Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 140 responden milenial yang dipilih melalui purposive sampling. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan *Smart PLS 4.0*. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara variabel kualitas dan kepuasan terhadap niat beli ulang. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dengan memperkuat relevansi model SOR dan TPB dalam konteks perilaku konsumsi kuliner generasi milenial di Indonesia.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Intensi Pembelian Ulang, *Stimulus-Organism-Response (SOR)*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Intensi Pembelian Ulang Dengan Kepuasan
Konsumen Sebagai Variabel Mediasi : Studi Kasus Pada
Imperial Kitchen & Dimsum Generasi Milenial

Bentuk Tesis : Penelitian Masalah Perusahaan

Nama : Dicky Widhianto

NIM : 55123110098

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 15 Agustus 2025

Mengesahkan
Pembimbing



Ali Hanafiah, DBA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak



Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Intensi Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi : Studi Kasus Pada Imperial Kitchen & Dimsum Generasi Milenial

Bentuk Tesis : Penelitian Masalah Perusahaan

Nama : Dicky Widhianto

NIM : 55123110098

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 15 Agustus 2025

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis 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 sumber nya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 15 Agustus 2025



Dicky Widhianto

TES TURNITIN



PERNYATAAN PENGECEKAN PLAGIASI (*SIMILARITY*) KARYA ILMIAH

/SIMILARITY CHECK STATEMENT FOR SCIENTIFIC WORKS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh
The undersigned, hereby declare that the scientific work written by

Nama *(Name)* : DICKY WIDHIANTO
NIM */Student id Number* : 55123110098
Program Studi */Study program* : S2 Manajemen

dengan judul:
The title:

“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Intensi Pembelian Ulang
Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi : Studi Kasus Imperial Kitchen &
Dimsum Generasi Milenial”

telah dilakukan pengujian plagiasi (*similarity*) dengan sistem *Turnitin* pada tanggal:
Has undergone a plagiarism (similarity) check using the Turnitin system on the date:

08 September 2025

didapatkan nilai persentase sebesar:
and the similarity percentage obtained was:

17 %

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 08 September 2025
Kepala Administrasi/ Tata Usaha
FEB Universitas Mercu Buana
/Head of FEB Administrator

scan or click QR>> for verify
Ahmad Faqih, S.E., M.M.

PIC: Yohan | No. Registrasi:

Dokumen digital ini telah diverifikasi menggunakan QR code.
(This digital document has been verified using a QR code)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan rasa syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan seminar tesis yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Intensi Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi: Studi Kasus pada Imperial Kitchen & Dimsum Generasi Milenial.” Tesis ini disusun sebagai bagian dari pemenuhan persyaratan untuk meraih gelar Magister pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam proses penyusunan proposal ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan, baik dari segi ilmu maupun pengalaman. Namun demikian, selesainya tesis ini tidak lepas dari bantuan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak yang telah berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung.

Dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Dr. Nurul Hidayah, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, M.M., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Bapak Ali Hanafiah, S.E., M.M., DBA., selaku dosen pembimbing, atas bimbingan, arahan, serta motivasi yang telah diberikan secara tulus dan konsisten selama proses penyusunan proposal ini.

5. Kepada kedua orang tua tercinta atas doa, cinta, dan dukungan moral yang tak terhingga selama masa studi penulis.
6. Kepada istri tercinta, Rescy Maulidi, yang telah memberikan dukungan penuh dan pengertian dalam mendampingi proses perkuliahan ini.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana, atas ilmu dan bantuannya selama proses perkuliahan.
8. Seluruh rekan mahasiswa Magister Manajemen yang telah memberi semangat dan kebersamaan selama proses studi berlangsung.

Penulis juga menyampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada seluruh pihak, baik individu maupun institusi, yang telah berkontribusi dalam penyusunan tesis ini dan yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk kritik, saran, dan masukan yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan di tahap selanjutnya. Semoga proposal ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif, khususnya dalam pengembangan ilmu manajemen.

MERCU BUANA
Jakarta, 19 Agustus 2025

Dicky Widhianto

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
TES TURNITIN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan masalah	15
1.3. Tujuan Penelitian	15
1.4. Kontribusi Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA	18
2.1. Landasan Teori	18
2.1.1. Prilaku Generasi Milenial Dalam Berkuliner	18
2.1.3. Kualitas Produk (X1)	20
2.1.4. Kualitas Pelayanan (X2)	21
2.1.5. Kepuasan Konsumen (Z)	24
2.1.6. Intensi Pembelian Ulang (Y)	26
2.1.7. Teori <i>Triple Bottom Line (TBL)</i>	28
2.1.8. <i>Sustainable Development Goals (SDGs)</i>	30
2.1.9. Teori SOR	31
2.1.10. Teori TPB	32
2.2. Penelitian Terdahulu	34
2.3. Pengembangan Hipotesis	44
2.3.1. Hubungan Antara Kualitas Produk dengan Intensi Pembelian Ulang	44
2.3.2. Hubungan Antara Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen	45

2.3.3.	Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Intensi Pembelian Ulang.....	46
2.3.4.	Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen	47
2.3.5.	Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dengan Intensi Pembelian Ulang.....	48
2.3.6.	Kepuasan Konsumen sebagai Mediator antara Kualitas Produk dengan Intensi Pembelian Ulang	49
2.3.7.	Kepuasan Konsumen sebagai Mediator antara Kualitas Pelayanan dengan Intensi Pembelian Ulang	50
2.4.	Kerangka Penelitian	51
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	52
3.1.	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	52
3.2.	Desain Penelitian	53
3.3.	Operasionalisasi Variabel.....	56
3.4.	Pengukuran Variabel.....	58
3.5.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	59
3.5.1.	Populasi Penelitian.....	59
3.5.2.	Sampel Penelitian	59
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	60
3.7.	Metode Analisis Data.....	63
3.7.1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	63
3.7.2.	Analisis Data Menggunakan PLS SEM.....	65
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	71
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	71
4.2.	Analisis Deskriptif	72
4.3.	Hasil Analisis Data <i>Smart PLS 4</i>	77
4.3.1.	Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	79
4.3.2.	Hasil Uji <i>Multicollinearity</i>	86
4.3.3.	Hasil Uji Model <i>Fit</i>	87
4.3.4.	Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>).....	88
4.3.5.	Pengujian Hipotesis	91
4.4.	Pembahasan	99
4.4.1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Intensi Pembelian Ulang	99
4.4.2.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.	103
4.4.3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Intensi Pembelian Ulang	105
4.4.4.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.	107
4.4.5.	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Intensi Pembelian	

	Ulang.....	110
4.4.6.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Memediasi hubungan antara Kualitas Produk terhadap Intensi Pembelian Ulang.....	114
4.4.7.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Memediasi hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Intensi Pembelian Ulang.....	117
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	122
5.1.	Kesimpulan.....	122
5.2.	Saran	125
5.2.1.	Saran Bagi Manajerial.....	125
5.2.2.	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	127
DAFTAR PUSTAKA		129
LAMPIRAN.....		132



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Profil SES Indonesia.....	2
Tabel 1.2 Data Hasil sensus BPS 2020	4
Tabel 1.3 SDGs Bapenas Imperial Kitchen & Dimsum.....	7
Tabel 1.4 Data Jumlah Transaksi.....	9
Tabel 1.5 Data Kehilangan Transaksi	10
Tabel 1.6 Data Pencapaian Penjualan	10
Tabel 1.7 Pra Survey	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	57
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	58
Tabel 3.3 Lokasi Penelitian	62
Tabel 4.1 Data Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
Tabel 4.2 Tingkat Pengeluaran Per Bulan.....	73
Tabel 4.3 Hasil Data Pekerjaan Responden.....	76
Tabel 4.4 Hasil Uji <i>Outer Loading</i>	80
Tabel 4.5 Hasil Uji <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	81
Tabel 4.6 Hasil Uji <i>AVE</i>	82
Tabel 4.7 Hasil Uji <i>HTMT</i>	83
Tabel 4.8 Nilai <i>Cross Loading</i>	84
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Fornell-Lacker Criterion</i>	85
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>VIF</i>	86
Tabel 4.11 Hasil Uji Model <i>Fit (SRMR)</i>	87
Tabel 4.12 Hasil Uji Model <i>Fit (NFI)</i>	88
Tabel 4.13 Evaluasi Koefisien Determinasi (R^2)	89
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	90
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Effect Size (f²)</i>	91
Tabel 4.16 Hasil Uji Pengaruh Langsung.....	93
Tabel 4.17 Pengaruh Mediasi	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Imperial Kitchen & Dimsum	4
Gambar 1.2 Sebaran Outlet.....	6
Gambar 1.3 Pertumbuhan Outlet Baru	6
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	51
Gambar 4.1 <i>T Table</i>	92



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	132
Lampiran 2 Dokumentasi Pengambilan Kuesioner	133
Lampiran 3 Cek Turnitin.....	134
Lampiran 4 Kuesioner.....	135
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup.....	137
Lampiran 6 Tabel Penelitian.....	138

