

HALAMAN MOTTO

“ Allah SWT tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah SWT berjanji
bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah : 5-6)



HALAMAN PERSEMBAHAN

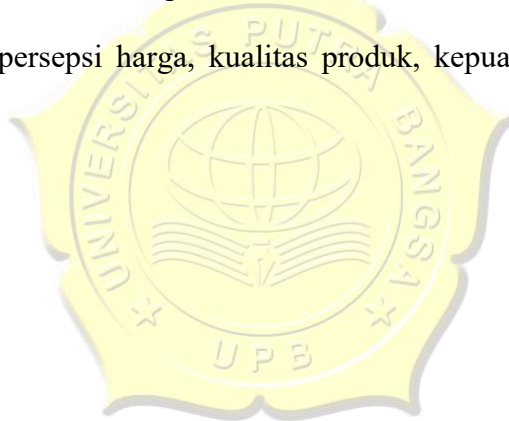
Dengan segala rasa puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, dan juga motivasi dari kedua orang tua serta teman saya, akhirnya tugas terakhir saya sebagai mahasiswa telah selesai,, maka dari itu tugas skripsi penelitian ini saya persembahkan kepada :

1. Yang pertama dan utama skripsi ini saya persembahkan kepada orang tua saya yang telah merawat saya dari kecil hingga besar , terutama ibu tercinta yang selalu memberi semangat kepada saya, semoga Allah SWT selalu meberikan nikmat sehat agar kelak bisa melihat anakmu sukses.
2. Yang kedua skripsi ini saya persembahkan kepada bapak saya, yang sudah rela bekerja mati matian hingga larut malam untuk membiayai sekolah saya, terimakasih ayah, semoga Allah SWT selalu memberikan nikmat sehat kepada mu ayah sampai anakmu sukses ini.
3. Yang ketiga skripsi ini saya persembahkan kepada teman dekat saya yaitu Nabilah Putri Azizah yang sudah selalu meberikan semangat kepada saya, semoga Allah SWT selalu memberikan nikmat sehat kepada mu sampai aku sukses ini.
4. Yang ke empat skripsi ini saya persembahkan Para Guru dan Dosen saya yang sudah meberikan ilmu serta memotivasi saya tentang banyaknya belajar tentang ilmu pengetahuan, semoga Allah SWT selalu memberikan nikmat sehat kepada mu.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada pelanggan Supplier Unggul Telur Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Supplier Unggul Telur Kebumen yang telah melakukan pembelian ulang. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang dengan nilai signifikansi sebesar 0,033. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang dengan nilai signifikansi sebesar 0,005. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Secara simultan, persepsi harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,470 menunjukkan bahwa persepsi harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan mampu menjelaskan minat beli ulang sebesar 47%, sedangkan sebesar 53% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini.

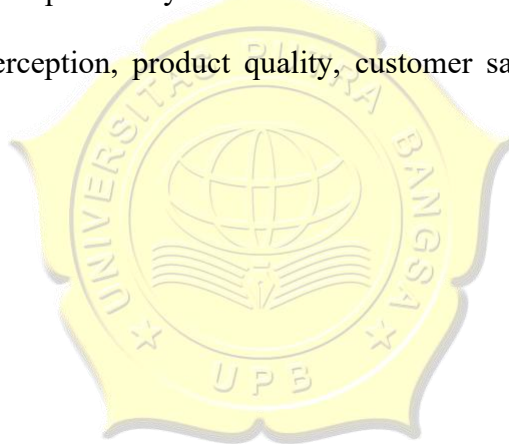
Kata kunci: persepsi harga, kualitas produk, kepuasan pelanggan, minat beli ulang.



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price perception, product quality, and customer satisfaction on repurchase intention among customers of Supplier Unggul Telur Kebumen. The population in this study consisted of customers of Supplier Unggul Telur Kebumen who had made repeat purchases. The sample consisted of 100 respondents selected using a purposive sampling technique. The data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS software. The results of this study indicate that price perception has a positive and significant effect on repurchase intention, with a significance value of 0.033. Product quality has a positive and significant effect on repurchase intention, with a significance value of 0.005. Customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intention, with a significance value of 0.002. Simultaneously, price perception, product quality, and customer satisfaction have a significant effect on repurchase intention, with a significance value of 0.000. The Adjusted R Square value of 0.470 indicates that price perception, product quality, and customer satisfaction explain 47% of the variance in repurchase intention, while the remaining 53% is explained by other factors outside the scope of this study.

Keywords: price perception, product quality, customer satisfaction, repurchase intention.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kelancaran, kesehatan, dan kesabaran dalam mengerjakan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG STUDI PADA PELANGGAN SUPPLIER UNGGUL TELOR DI KABUPATEN KEBUMEN". Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Bangsa Kebumen. Selama menyusun skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak yang menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Ibu Mispiyanti, S.E., M.A., CA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan selama proses penulisan skripsi.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah memberikan banyak ilmu bermanfaat bagi penulis.
4. Semua teman angkatan 2022 yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
5. Berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu dan mendukung terselesaikannya skripsi ini.

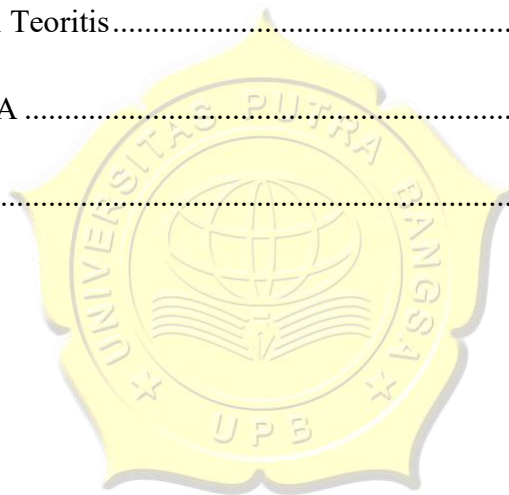
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian	13
1.5. Manfaat Penelitian	13

BAB II	KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1.	Tinjauan Teori.....	15
2.1.1.	Minat Beli Ulang.....	15
2.1.2.	Persepsi Harga.....	18
2.1.3.	Kualitas Produk.....	20
2.1.4.	Kepuasan Pelanggan	21
2.2.	Penelitian Terdahulu	23
2.3.	Hubungan Antar Variabel	27
2.3.1.	Hubungan Variabel Persepsi harga dengan minat Beli Ulang	27
2.3.2.	Hubungan Variabel Kualitas Produk dengan Minat Beli Ulang.....	28
2.3.3.	Hubungan Variabel Kepuasan Pelanggan dengan Minat Beli Ulang ...	29
2.4.	Model Empiris.....	30
2.5.	Hipotesis.....	31
BAB III	METODE PENELITIAN.....	32
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	32
3.1.1.	Objek Penelitian	32
3.1.2.	Subjek Penelitian.....	32
3.2.	Variabel Penelitian	32
3.2.1.	Variabel Independen	33
3.2.2.	Variabel Dependen.....	33

3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	34
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	38
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5.1.	Data Primer	39
3.5.2.	Data Sekunder	39
3.6.	Populasi dan Sampel	39
3.6.1.	Populasi	39
3.6.2.	Sampel.....	40
3.7.	Teknik Analisis	41
3.7.1.	Analisis Deskriptif	41
3.7.2.	Analisis Statistik	41
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	53
4.1.	Analisis Deskriptif	53
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1.2.	Karakteristik Responden	54
4.2.	Analisis Statistik	58
4.2.1.	Uji Validitas	58
4.2.2.	Uji Reliabilitas	61
4.2.3.	Uji Asumsi Klasik.....	61
4.2.4.	Analisis Linier Berganda	64

4.2.5. Uji Hipotesis	66
4.3. Pembahasan.....	70
BAB V SIMPULAN	75
5.1. Simpulan	75
5.2. Keterbatasan.....	76
5.3. Implikasi.....	77
5.3.1. Implikasi Praktis	77
5.3.2. Implikasi Teoritis.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	83



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Data Produksi & Konsumsi Telur Ayam Ras – Daging Ayam Ras	3
Tabel II-1 Penelitian terdahulu.....	23
Tabel III-1 Tabel Indikator Minat Beli Ulang.....	35
Tabel III-2 Tabel Indikator Persepsi Harga	36
Tabel III-3 Tabel Indikator Kualitas Produk.....	37
Tabel III-4 Tabel Indikator Persepsi Harga	37
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	54
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	57
Tabel IV-5 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....	59
Tabel IV-6 Uji Validitas Kualitas Produk.....	59
Tabel IV-7 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	60
Tabel IV-8 Uji Validitas Minat Beli Ulang	60
Tabel IV-9 Uji Reliabilitas Variabel.....	61
Tabel IV-10 Uji Multikolinearitas	62
Tabel IV-11 Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel IV-12 Hasil Uji Simultan (Uji F)	69
Tabel IV-13 Hasil Koefisien Determinasi.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 10 Provinsi Produsen Telur Ayam Petelur Tertinggi	2
Gambar II-1 Model Empiris.....	30
Gambar IV-1 Uji Heteroskedastisitas	62
Gambar IV-2 Uji Normalitas	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner	83
Lampiran II Data Responden	88
Lampiran III Tabulasi Data	92
Lampiran IV Uji Validitas	98
Lampiran V Uji Reabilitas	100
Lampiran VI Uji Normalitas	101
Lampiran VII Hasil Uji Heteroskedasitas	101
Lampiran VIII Hasil Uji Multikolienaritas	102
Lampiran IX Hasil Uji F	102
Lampiran X Hasil Uji T	102
Lampiran XI Hasil Uji R Square	103
Lampiran XII Kartu Bimbingan	104
Lampiran XIII Kartu Seminar	105