

**PENGARUH KEPUASAN TERHADAP NIAT BELI BERULANG DAN *WORD*
*OF MOUTH***

(Studi pada café Malindo Corner Kebumen)

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Theresia Yessika Yunianto

NPM: 180324087

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA,
JULI 2022**

Skripsi

**PENGARUH KEPUASAN TERHADAP NIAT BELI BERULANG DAN *WORD*
*OF MOUTH***

(Studi pada café Malindo Corner Kebumen)



Disusun oleh:

Theresia Yessika Yunianto

NPM: 180324087

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing:

Nadia Nila Sari, S. E., M. B. A

HALAMAN PENGESAHAN DEKAN



**FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA**
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

SURAT KETERANGAN

No. 927/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Rabu, 3 Agustus 2022 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|---|-----------------|
| 1. Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D | (Ketua Penguji) |
| 2. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. | (Anggota) |
| 3. Nadia Nila Sari, SE., MBA. | (Anggota) |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Theresia Yessika Yuniarto
NPM : 180324087

Dinyatakan

Lulus Tanpa Revisi

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Alamat
Kampus II Gedung Borsawentura
Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281
URL
<https://fbe.ujay.ac.id>

Kontak
Telepon : +62-274-487711 ext. 3120, 3127
Fax : +62-274-485227
Surel : fbe@ujay.ac.id



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH KEPUASAN TERHADAP NIAT BELI BERULANG DAN *WORD OF MOUTH*

(Studi pada café Malindo Corner Kebumen)

Merupakan hasil karya saya sendiri, Baik pernyataan, ide, maupun kutipan secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain, telah saya nyatakan secara tertulis di skripsi ini dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, baik sebagian maupun seluruh dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Juli 2022

Yang menyatakan

Theresia Yessika Yunianto

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Repurchase Intention* dan *Word of Mouth* di café Malindo Corner Kebumen” dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun guna untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Selama proses pembuatan skripsi tentu memiliki banyak hambatan dan kendala terutama dengan adanya situasi pandemi Covid-19 saat ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik atas berkat dukungan, dorongan serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa bersyukur, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan penghormatan pada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria atas segala berkat, campur tangan, tuntunan, kekuatan serta kesehatan selama masa perkuliahan terutama dalam proses pembuatan skripsi ini.
2. Ibu Nadia Nila Sari, S. E., M. B. A selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan petunjuk serta arahan dalam proses pembuatan skripsi ini, dan dorongan serta motivasi yang selalu

diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat berjalan dengan lancar dan terselesaikan dengan baik.

3. Kepada seluruh dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan materi serta pengajaran selama proses perkuliahan.
4. Keluarga tercinta (Mami, Papi, Ovi) yang selalu memberikan semangat dan doa tiada henti agar penulis tetap berusaha dan dapat segera menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman dari grup band akustik (Bagas, Meli, Hari, Fikry) yang senantiasa memberikan bantuan dan dorongan dalam proses perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini.
6. Yolanda, Nofi, Elma, Maylina, Devita sahabat yang selalu memberikan semangat kepada serta dukungan kepada penulis.
7. Teman-teman seperjuangan bimbingan skripsi ibu Nadia: Clara, Devika, Dimas yang senantiasa membantu dan memberikan semangat selama menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman Manajemen angkatan 2018 Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan.

9. Rekan dan semua pihak yang mendukung serta membantu menyebarluaskan dan mengisi kuesioner sehingga penulis dapat memperoleh data dan informasi yang akurat.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, doa, motivasi serta semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Demikian skripsi ini dibuat dengan sebaik-baiknya. Apabila terdapat kekurangan, maka diharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun. Akhir kata, semoga skripsi yang saya buat dapat bermanfaat bagi pembaca, pelaku bisnis, dan teman-teman mahasiswa.

Yogyakarta, 14 Juli 2022

Penulis

Theresia Yessika Yuniarto

PENGARUH KEPUASAN TERHADAP NIAT BELI BERULANG DAN *WORD OF MOUTH*
(Studi pada café Malindo Corner Kebumen)

Theresia Yessika Yunianto

Nadia Nila Sari

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini dibuat untuk menguji pengaruh antara promosi harga, citra merek, kualitas makanan, nilai yang dirasakan, niat beli berulang, dan *word of mouth* terhadap kepuasan konsumen di café Malindo Corner. Objek penelitian ini adalah café Malindo Corner Kebumen. Responden dalam penelitian ini berjumlah 151 orang yang mengunjungi dan sudah pernah membeli makanan dan minuman di café Malindo Corner Kebumen. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* serta pengumpulan data melalui *google forms* menggunakan skala *likert* 5 poin. Analisis data dilakukan dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software SmartPLS* versi 3.3.2. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, kualitas makanan mempengaruhi kepuasan konsumen secara positif, nilai yang dirasakan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, niat beli berulang mempengaruhi kepuasan konsumen secara positif, *word of mouth* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, sedangkan promosi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Promosi Harga, Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Kualitas Makanan, Niat Beli Berulang, Nilai Yang Dirasakan, *Word of Mouth*.

DAFTAR ISI

	Halaman
Skripsi	i
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
Abstrak.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4. Sistematika Penelitian.....	11
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	14
2.1. Promosi harga	14
2.2. Citra merek.....	16
2.3. Kualitas makanan	17
2.4. Nilai yang dirasakan	20

2.5.	Niat beli berulang	21
2.6.	Word of mouth	23
2.7.	Kepuasan konsumen	25
2.8.	Penelitian Terdahulu	28
2.9.	Pengembangan Hipotesis	42
2.9.1.	Pengaruh promosi harga terhadap kepuasan konsumen	42
2.9.2.	Pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen	42
2.9.3.	Pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen.....	44
2.9.4.	Pengaruh nilai yang dirasakan terhadap kepuasan konsumen	45
2.9.5.	Pengaruh antara kepuasan konsumen dengan niat beli berulang	45
2.9.6.	Pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap <i>word of mouth</i>	46
2.10.	Kerangka Penelitian	47
BAB III		
METODOLOGI PENELITIAN		48
3.1	Lokasi, Objek, dan Subjek Penelitian	48
3.2.	Data dan Sumber Data	49
3.3	Metode Pengumpulan Data	50
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian.....	51
3.4.1	Populasi.....	51
3.4.2	Sampel.....	51

3.5	Metode Pengambilan Sampel.....	52
3.6	Metode Pengukuran Data.....	53
3.7	Definisi Operasional	53
3.8	Metode Analisis Data	59
3.8.1	Analisis Karakteristik dan Statistik Deskriptif Responden.....	59
3.8.1	Konsep Dasar <i>Partial Least Squares</i>	60
3.8.2	Tahapan Analisis PLS-SEM	60
3.8.3	Evaluasi Model.....	63
3.8.4	Uji Hipotesis.....	65

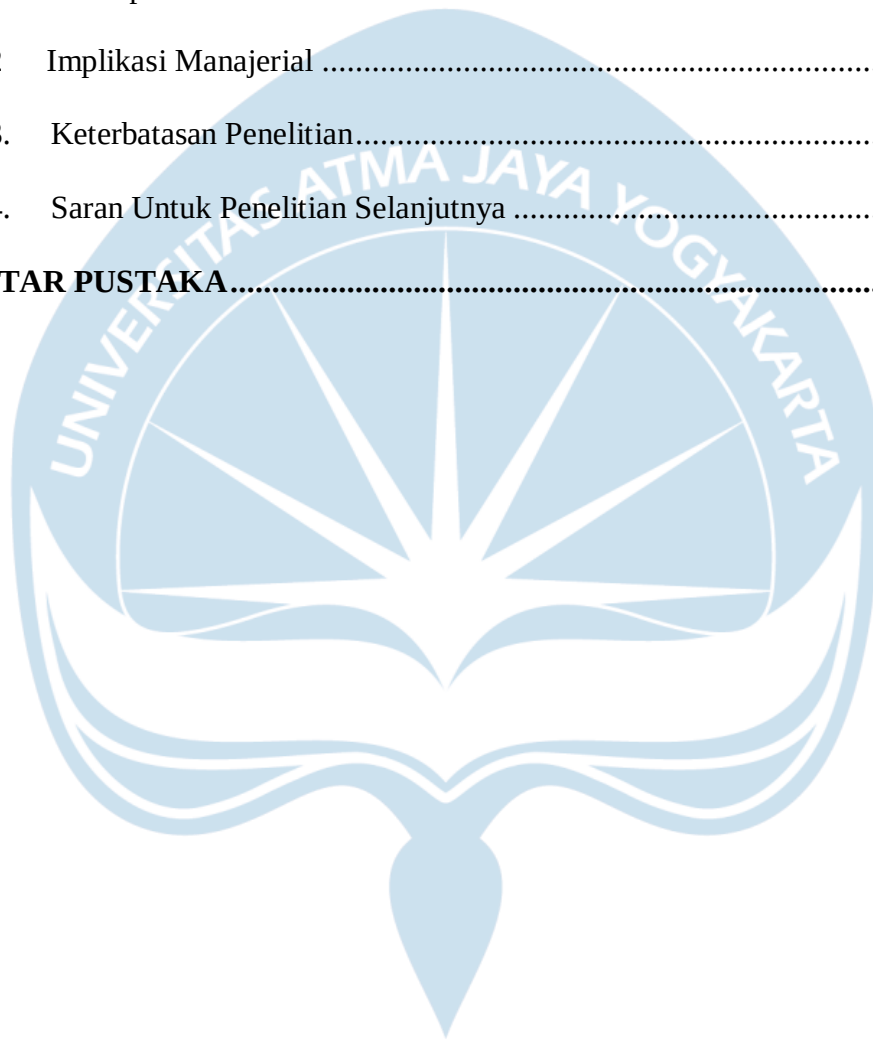
BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		66
4.1	Pengantar.....	66
4.2	Analisis Profil Responden.....	67
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Status Responden.....	68
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Domisili Responden.....	71
4.2.4	Profil Responden Berdasarkan jumlah pembelian dalam dua tahun terakhir.....	71
4.2.5	Profil Responden Berdasarkan Sumber Informasi	72
4.3	Analisis Menggunakan <i>Partial Least Square (PLS)</i>	74

4.4	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	75
4.4.1	Uji <i>Convergent Validity</i>	76
4.4.2	Uji <i>Discriminant Validity</i>	80
4.4.3	Uji Composite Reliability	83
4.4.4	Evaluasi Struktural Model (<i>Inner Model</i>).....	84
4.5	Pengujian Hipotesis	86
4.5.1	Pengaruh Promosi Harga terhadap Kepuasan Konsumen	87
4.5.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	88
4.5.3	Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	88
4.5.4	Pengaruh Nilai yang dirasakan terhadap Kepuasan Konsumen.....	89
4.5.5	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Niat Beli Berulang.....	89
4.5.6	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap <i>Word of Mouth</i>	89
4.6	Pembahasan.....	90
4.6.1	Pengaruh Promosi Harga terhadap Kepuasan Konsumen	90
4.6.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	91
4.6.3	Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	92
4.6.4	Pengaruh Nilai yang Dirasakan terhadap Kepuasan Konsumen	93
4.6.5	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Niat Beli Berulang.....	93
4.6.6	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap <i>Word of Mouth</i>	94

BAB V

PENUTUP	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Implikasi Manajerial	96
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	100
5.4. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	100
DAFTAR PUSTAKA.....	102



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah pengunjung café Malindo Corner Kebumen 2019-2022	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	56
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Status Responden	71
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	72
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Domisili Responden	73
Tabel 4. 5 Pembelian di café Malindo Corner Kebumen	74
Tabel 4. 6 Informasi café Malindo Corner Kebumen	75
Tabel 4. 7 Nilai Loading Factor	79
Tabel 4. 8 AVE (Average Variance Extracted)	81
Tabel 4. 9 Cross Loading	82
Tabel 4. 10 Fornell-Larcker Creation	85
Tabel 4. 11 Composite Reliability.....	86
Tabel 4. 12 Nilai R-Square	87
Tabel 4. 13 Hasil Q2	88
Tabel 4. 14 Path Coefficients	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Selama Pandemi	1
Gambar 1.2 Promo Diskon Take Away & Delivery café Malindo Corner	3
Gambar 1.3 Suasana pengunjung café Malindo Corner	4
Gambar 1.4 Tampilan halaman Instagram café Malindo Corner	6
Gambar 2.1 Model Penelitian	48
Gambar 4.1 Model Struktural	77
Gambar 4.2 Model Konstruk	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	110
Lampiran 2 Kuesioner Online.....	117
Lampiran 3 Kuesioner Asli.....	128
Lampiran 3 Data Responden Dan Jawaban Responden	131
Lampiran 4 Hasil Olah Data SMART PLS	152
Lampiran 5 Output SPSS.....	158
Lampiran 6 Jurnal Utama	161