

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, PERSEPSI  
KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP NIAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN  
KONSUMEN OLIVE FRIED CHICKEN YOGYAKARTA**

*THE INFLUENCE OF PERCEPTION OF PRODUCT QUALITY,  
PERCEPTION OF SERVICE QUALITY AND PRICE PERCEPTION  
ON REPURCHASE INTENTION THROUGH CONSUMERS  
SATISFACTION OLIVE FRIED CHICKEN YOGYAKARTA*



OLEH:

**INDIRA DHEVA N ACCHEDYA**

**20190410031**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2023**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, PERSEPSI  
KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP NIAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN  
KONSUMEN OLIVE FRIED CHICKEN YOGYAKARTA**

*THE INFLUENCE OF PERCEPTION OF PRODUCT QUALITY,  
PERCEPTION OF SERVICE QUALITY AND PRICE PERCEPTION  
ON REPURCHASE INTENTION THROUGH CONSUMERS  
SATISFACTION OLIVE FRIED CHICKEN YOGYAKARTA*

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas  
Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

**INDIRA DHEVA NOOR ACCHEDYA  
20190410031**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2023**

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indira Dheva Noor Acchedya

Nomor Mahasiswa : 20190410031

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN OLIVE FRIED CHICKEN YOGYAKARTA" dalam penelitian ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya, tulisan atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis yang diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila dalam skripsi ini terdapat karya, tulisan atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya ini dibatalkan.

Yogyakarta, 18 Januari 2023



Indira Dheva N. Acchedya

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberi rahmat dan hidayah, serta kemampuan untuk dapat menyelesaikan skripsi sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Tak lupa peneliti mengucapkan terima kasih atas doa, semangat dan dukungan yang telah diberikan sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini dipersembahkan kepada kedua orang tua peneliti, yang sudah mendukung dan membantu baik dalam moril maupun material, serta senantiasa memberikan semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini dipersembahkan kepada Ibu Hasnah Rimiati, SE.,M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti juga mempersembahkan kepada keluarga dan teman-teman yang telah memberi dukungan dalam penyelesaian skripsi ini hingga selesai.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan, kemampuan, kesehatan, rahmat serta hidayah untuk dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan Olive Fried Chicken Yogyakarta”**

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh peneliti, walaupun terdapat keterbatasan yang dimiliki.

Peneliti mendapat bantuan, dorongan, dan dukungan dari berbagai sumber dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih dengan ketulusan dan kerendahan hati kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyo M.P., IPM., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, SE., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Ibu Hasnah Rimiyati, SE., M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan tenaga yang luar biasa dalam memberikan arahan dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini sehingga peneliti dapat menyelesaikan dengan baik sesuai waktu yang telah ditetapkan.
5. Orang tua yang selalu mendukung serta memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diharapkan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini. Harapan peneliti, semoga skripsi ini diterima dan bermanfaat.

Aamiin.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb

Yogyakarta, 29 Desember 2022



Indira Dheva Noor Acchedya

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Teoritis.....	6
2. Manfaat Praktis .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
A. Landasan Teori. ....	8
1. Teori Marketing Mix.....	8
2. Perilaku Konsumen .....	9
3. Persepsi Kualitas Produk.....	9
4. Persepsi Kualitas Pelayanan.....	12
5. Persepsi Harga .....	13
6. Kepuasan Konsumen.....	15
7. Niat Beli Ulang .....	16
B. Penelitian Terdahulu.....	17

C.	Pengembangan Hipotesis.....	24
1.	Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	24
2.	Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen .....	25
3.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen .....	26
4.	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Niat Beli Ulang. ....	27
5.	Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Ulang	29
6.	Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli Ulang .....	30
7.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Ulang.....	31
8.	Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Niat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai variable mediasi .....	32
9.	Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai variable mediasi. ....	33
10.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Niat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai variable mediasi.....	34
D.	Model Penelitian.....	35
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
A.	Jenis Penelitian .....	36
B.	Subjek dan Objek .....	36
C.	Jenis Data.....	37
D.	Teknik Pengumpulan Data .....	37
E.	Teknik Pengambilan Sampel .....	38
F.	Definisi Operasional Variabel .....	39
G.	Uji Instrumen dan Data .....	43
1.	Uji Validitas .....	43
2.	Uji Reliabilitas .....	44
H.	Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	44
1.	Analisis Deskriptif .....	44
2.	Structural Equation Modelling .....	45
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
1.	Gambaran Objek Penelitian .....	48
2.	Subjek Penelitian .....	49
B.	Uji Kualitas Instrumen .....	53
1.	Uji Validitas .....	53
2.	Uji Reliabilitas .....	54
C.	Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	55



1. Analisis Deskriptif .....	55
2. Analisis SEM ( Structural Equation Modeling).....	61
3. Uji Hipotesis .....	73
D. Pembahasan .....	80
<b>BAB V   SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN .....</b>	<b>89</b>
A. Simpulan.....	89
B. Keterbatasan Penelitian .....	90
C. Saran .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>95</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Jumlah Rumah Makan dan Restoran di Yogyakarta .....	2
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3. 1	Simbol dan Skor Kuisisioner .....	38
Tabel 3. 2	Operasional Variabel .....	39
Tabel 4. 1	Usia Responden .....	49
Tabel 4. 2	Jenis Kelamin Responden .....	50
Tabel 4. 3	Jenjang Pendidikan Responden .....	51
Tabel 4. 4	Pekerjaan Responden .....	51
Tabel 4. 5	Pekerjaan Responden .....	52
Tabel 4. 6	Hasil Uji Validitas .....	53
Tabel 4. 7	Hasil Uji Reliabilitas .....	54
Tabel 4. 8	Interpretasi Kelas Interval .....	56
Tabel 4. 9	Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	56
Tabel 4. 10	Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan .....	57
Tabel 4. 11	Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga .....	59
Tabel 4. 12	Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen .....	60
Tabel 4. 13	Statistik Deskriptif Variabel Niat Beli Ulang .....	61
Tabel 4. 14	Uji Normalitas Data .....	64
Tabel 4. 15	Hasil Pengujian Outliers .....	67
Tabel 4. 16	Identifikasi Model Struktural .....	71
Tabel 4. 17	Menilai Goodness of Fit .....	72
Tabel 4. 18	Uji Hipotesis Secara Langsung .....	74
Tabel 4. 19	Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model) .....	77
Tabel 4. 20	Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model) ...	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Model Penelitian.....	35
Gambar 4. 1	Logo Olive Fried Chicken.....	48
Gambar 4.2	Diagram Jalur .....	63
Gambar 4.3	Persamaan Struktural.....	63
Gambar 4. 4	Nilai Batas Mahalonobis Distance .....	66

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian .....	95
Lampiran 2	Tabulasi Data Kuisisioner .....	101
Lampiran 3	Karakteristik Responden.....	115
Lampiran 4	Uji Validitas .....	122
Lampiran 5	Uji Reliabilitas .....	124
Lampiran 6	Statistik Deskriptif.....	126
Lampiran 7	Model Penelitian Struktural .....	128
Lampiran 8	Identifikasi Model Struktural .....	129
Lampiran 9	Uji Normalitas Data .....	130
Lampiran 10	Uji Mahalanobis Outlier .....	132
Lampiran 11	Goodness of Fit .....	137
Lampiran 12	Uji Hipotesis.....	138
Lampiran 13	Direct and Indirect.....	141
Lampiran 14	Uji Similaritas .....	148