



**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI  
KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA  
PELANGGAN MR.DIY TLOGOMAS KOTA MALANG**

**Skripsi  
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

**Abdul Haris  
NPM: 21901081489**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PRODI MANAJEMEN  
MALANG**

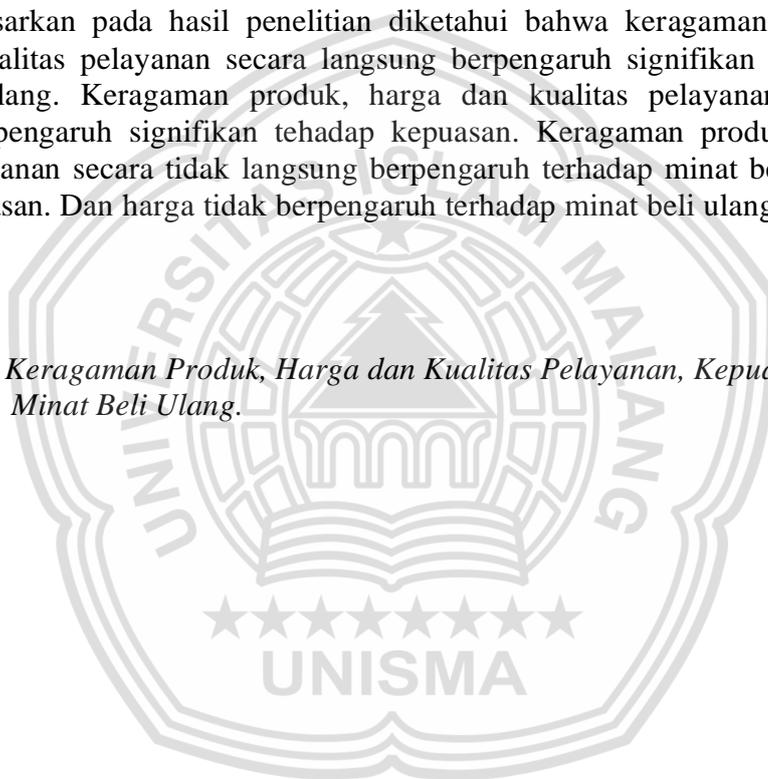
**2023**

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara langsung dan secara tidak langsung antara keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan sebagai variabel intervening. penelitian ini merupakan jenis penelitian *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. populasi dalam penelitian ini menggunakan rumus malhotra dengan populasi yang tidak diketahui pasti dan pengambilan sampel pada penelitian ini mengacu pada rumus malhotra dengan mengalikan jumlah variabel dengan indikator diketahui jumlah responden sebanyak 105 responden, dengan pengambilan sampel menggunakan purposing sampling. Dalam pengumpulan data menggunakan instrumen kuesioner.

Berdasarkan pada hasil penelitian diketahui bahwa keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Keragaman produk, dan kualitas pelayanan secara tidak langsung berpengaruh terhadap minat beli ulang melalui kepuasan. Dan harga tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang melalui kepuasan.

**Kata Kunci :** *Keragaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Minat Beli Ulang.*

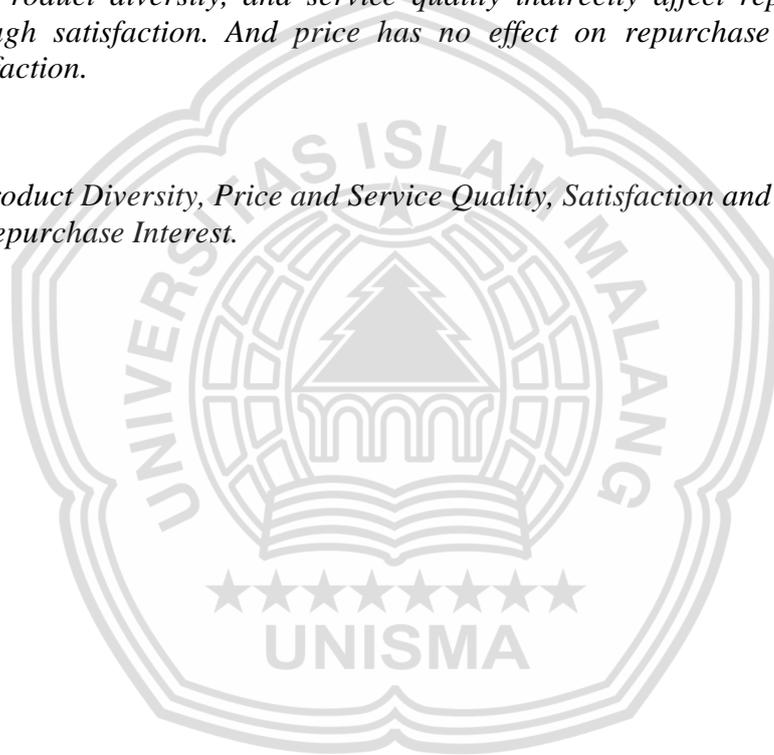


### **Abstract**

*This study aims to determine the direct and indirect influence between product diversity, price and service quality on repurchase interest through satisfaction as an intervening variable. This research is a type of explanatory research using a quantitative approach. The population in this study uses the malhotra formula with an unknown population and sampling in this study refers to the malhotra formula by multiplying the number of variables by the indicator known to the number of respondents as many as 105 respondents, with sampling using purposing sampling. In data collection using questionnaire instruments.*

*Based on the results of the study, it is known that product diversity, price and service quality directly have a significant effect on repurchase interest. Product diversity, price and service quality directly have a significant effect on satisfaction. Product diversity, and service quality indirectly affect repurchase interest through satisfaction. And price has no effect on repurchase interest through satisfaction.*

**Keywords:** *Product Diversity, Price and Service Quality, Satisfaction and Repurchase Interest.*



## BAB I

### PENDAHULUAN

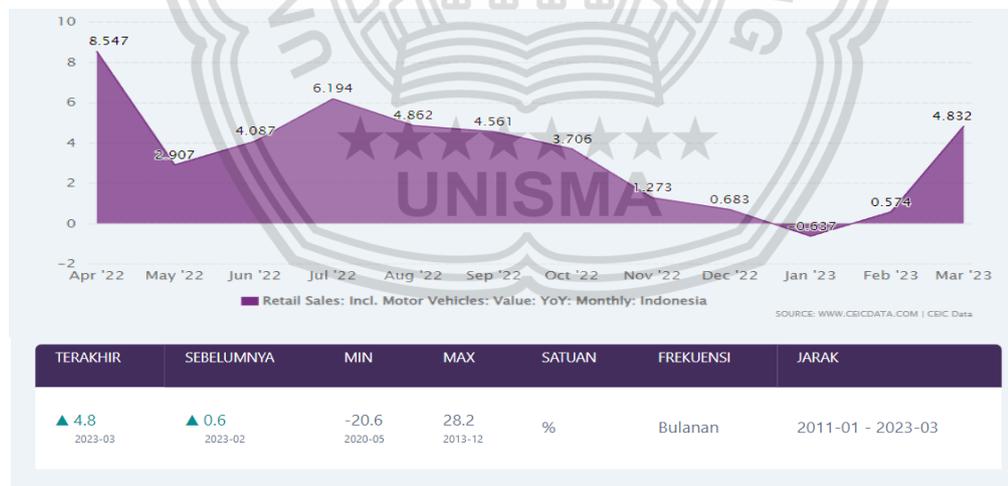
#### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis di era sekarang sangatlah meningkat pesat, yang dimana perkembangan teknologi telah mengubah sistem berbisnis. Perkembangan teknologi saat ini telah memberikan dampak besar pada bisnis, termasuk pada bisnis retail. Kemajuan teknologi memberikan kemudahan para pelaku bisnis dalam berinteraksi dengan pelanggan dan sehingga dapat memperluas jangkauan pasar, dan dampak dari perkembangan teknologi juga menghadirkan persaingan yang semakin ketat dan mengharuskan para pelaku bisnis untuk selalu mengikuti perkembangan tersebut agar mampu bersaing di pasar.

Berdasarkan pada pertumbuhan penjualan bisnis ritel di Indonesia yang mengalami fluktuasi yang cukup signifikan, dengan rekor tertinggi sebesar 28,2% pada 2013 dan rekor terendah sebesar -20,6% pada 2020. Rata-rata pertumbuhan penjualan ritel Indonesia sebesar 8,0% dari 2011 hingga 2023 juga menunjukkan bahwa sektor ritel di Indonesia secara keseluruhan tumbuh secara stabil selama periode waktu tersebut. data ini tidak menjamin pertumbuhan yang konsisten setiap bulannya karena faktor-faktor ekonomi dan non-ekonomi dapat mempengaruhi pertumbuhan sektor ritel. Kenaikan penjualan pada bulan Maret 2023 sebesar 4.8% dibandingkan dengan bulan sebelumnya menunjukkan adanya pemulihan dalam aktivitas

konsumsi masyarakat, yang dapat diartikan sebagai sinyal positif bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia secara keseluruhan.

CEIC adalah platform yang menyediakan akses ke berbagai data makroekonomi dan keuangan global, termasuk data-data terkait pertumbuhan penjualan ritel Indonesia. Data ini bisa membantu para pengguna untuk memantau perkembangan ekonomi Indonesia dan mengambil keputusan bisnis yang tepat. Pertumbuhan penjualan ritel Indonesia adalah indikator penting dari aktivitas konsumen di Indonesia. Hal ini juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Dengan memiliki akses ke data ini, para pengguna dapat mengevaluasi kinerja sektor ritel dan memprediksi tren konsumen di masa depan. Data ini dikategorikan dalam *Global Economic Monitor World Trend Plus – Table: Retail Sales*.



MR.DIY merupakan sebuah tokoh retail yang didirikan oleh PT. Duta Intiguna Yasa yang merupakan perusahaan retail yang telah berdiri dari tahun 2005 di jalan Tuanku Abdul Rahman. Sebagian besar toko MR.DIY memiliki luas sekitar total 1000 meter persegi, memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman. MR.DIY melayani lebih dari 188 juta pelanggan setiap tahun di seluruh toko di Asia. Semua toko yang dimiliki dikelola secara langsung dan bekerja sama dengan ritel besar dan pemilik mal. MR.DIY juga bekerja sama dengan Aeon, ITC Group, Pakuwon, Lippo Group, Ramayana, dan Citimall.

MR.DIY sendiri merupakan toko retail yang memberikan pelayanan penjualan mulai dari aksesoris, fashion, olahraga, hingga pada peralatan rumah tangga. Semua produk yang dimiliki MR.DIY merupakan barang yang memiliki daya tariknya masing-masing, mulai dari bentuk, pemilihan warna hingga inovasi produk tersebut dalam berbagai macam variasi yang unik. Dengan begitu MR.DIY berharap dapat menarik perhatian dan antusiasme dari konsumen untuk melakukan pembelian pada produk-produk yang di tawarkan. Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor menurut Kotler dan Amstrong (2012), Faktor-Faktor yang mempengaruhinya terdiri dari Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi.

Keragaman produk adalah variasi atau ragam produk yang tersedia di pasaran atau perusahaan, kumpulan produk dan barang yang disediakan produsen kepada pembeli. Keragaman produk meliputi beberapa aspek seperti kelengkapan produk dan barang yang dijual pada jumlah dan variasi produk yang tersedia didalam sebuah tokoh atau perusahaan, jenis merek yang di

jual, variasi ukuran produk dan barang yang dijual, dan ketersediaan barang yang dijual (Khoiriah, 2017). Dengan ketersedianya keragaman produk pada perusahaan dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan seorang konsumen dan kepuasan memberikan dampak pada minat beli ulang konsumen terhadap produk yang disediakan atau ditawarkan oleh perusahaan. akan tetapi jika pada perusahaan yang menyediakan produk dan barang yang beragam terdapat kekurangan dari segi ukuran, variasi produk, jenis produk dan sebagainya, ini dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian berulang di suatu perusahaan.

Pada MR.DIY sendiri menyediakan berbagai macam produk yang dimana dengan ketersedianya produk di satu tempat dapat memberikan suatu kemudahan konsumen dalam menjangkau kebutuhan dan keperluannya. Akan tetapi didalam suatu keragaman produk yang disediakan perusahaan terdapat kekurangan yang dimiliki yaitu kurangnya suatu varian ukuran dan jenis produk lainnya dimana di perusahaan ini menyediakan lebih 18 jenis produk yang disediakan akan tetapi ini tidak lupuh dari kekurangan yang ada pada tiap produknya. dilain sisi terdapat kualitas dari pelayanan yang dimana untuk melakukan pembayaran di kasir memerlukan waktu untuk melakukan pembayaran, disini untuk menuju ke kasir konsumen harus mengantri dan tempat pengantrianya memiliki ruang yang belum cukup untuk menampung konsumen dalam melakukan pembayaran disaat banyaknya konsumen berbelanja. tidak luas dan tidak sempit dan ini dapat memberikan kesan yang tidak nyaman dalam memperoleh pelayanan dari kasir.

Selain dari pada keragaman produk yang menimbulkan kepuasan dan minat beli ulang konsumen yaitu, harga juga dapat memberikan pengaruh pada keputusan pembelian karna harga merupakan nilai yang dikeluarkan oleh konsumen untuk suatu produk dan barang. Harga merupakan nominal yang menentukan setiap produk pada kualitasnya, harga berperang penting dalam menarik konsumen sebab konsumen cenderung memilih harga yang mudah terjangkau dan produk berkualitas dari pada harga yang tidak terjangkau dan produk yang tidak berkualitas. begitupun sebaliknya jika harga pada tiap produk mudah terjangkau tapi kualitasnya tidak sesuai dengan harapan besar kemungkinan konsumen tidak puas dan tidak melakukan pembelian secara berulang.

Salah satu faktor lain juga memberikan dampak pada suatu perusahaan ialah kualitas pelayanan, dimana kualitas pelayanan merupakan nilai keunggulan yang dimiliki suatu perusahaan dalam memperoleh hasil yang baik, diantara hasilnya ialah dapat menimbulkan rasa kepuasan seorang konsumen seperti memberikan pelayanan yang sopan dan ramah kepada setiap pelanggan. kepuasan konsumen adalah suatu aset yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan yang berorientasikan pada pelanggan, sebab tumbuhnya suatu perusahaan tidak terlepas dari pengaruh seorang konsumen yang menggunakan produk dan barang dari perusahaan, oleh karena itu perusahaan diharuskan untuk mengevaluasi kinerja dan meningkatkan demi suatu eksistensi perusahaan, bila konsumen merasakan suatu kebutuhannya/ekspektasinya terpenuhi atas pelayanan maka konsumen akan puas begitupun sebaliknya bila pelayanan yang diterima konsumen tidak

sesuai dengan ekspektasi maka konsumen tidak merasa puas atas pelayanan yang diterima.

Minat beli ulang merupakan perilaku seseorang setelah merasakan atau mengkonsumsi produk dan pelayanan dari suatu perusahaan, timbulnya suatu niat membeli ulang tidak terlepas dari pada faktor-faktor diantaranya, keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan, ini memberikan suatu dampak pada minat seseorang dalam melakukan pembelian kembali setelah mengkonsumsi produk dan pelayanan dari perusahaan. dan kepuasan konsumen memiliki peranan penting dalam menimbulkan keputusan pembelian, sebab timbulnya kepuasan konsumen terdapat pada terpenuhinya suatu ekspektasi konsumen atas apa yang di sediakan dan diberikan oleh perusahaan.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah di atas, maka dilakukan penelitian dengan judul Pengaruh Keragaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah:

- a. Bagaimana keragaman produk berpengaruh terhadap minat beli ulang?
- b. Bagaimana harga berpengaruh terhadap minat beli ulang?
- c. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang?
- d. Bagaimana keragaman poduk berpengaruh terhadap kepuasan?

- e. Bagaimana harga berpengaruh terhadap kepuasan?
- f. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan?
- g. Bagaimana kepuasan berpengaruh terhadap minat beli ulang?
- h. Bagaimana keragaman produk berpengaruh terhadap minat beli ulang melalui kepuasan sebagai variabel intervening?
- i. Bagaimana harga berpengaruh terhadap minat beli ulang melalui kepuasan sebagai variabel intervening?
- j. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang melalui kepuasan sebagai variabel intervening?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis keragaman produk berpengaruh terhadap minat beli ulang.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis harga berpengaruh terhadap minat beli ulang.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan.
- e. Untuk mengetahui dan menganalisis harga berpengaruh terhadap kepuasan.

- f. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan.
- g. Untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan berpengaruh terhadap minat beli ulang.
- h. Untuk mengetahui dan menganalisis keragaman produk berpengaruh terhadap minat beli ulang melalui kepuasan sebagai variabel intervening.
- i. Untuk mengetahui dan menganalisis harga berpengaruh terhadap minat beli ulang melalui kepuasan sebagai variabel intervening.
- j. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli melalui kepuasan sebagai variabel intervening.

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

- a. Dengan ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang penting bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran, terutama dalam hal mengoptimalkan keragaman produk, harga yang sesuai dan pelayanan yang memadai sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan minat beli ulang.
- b. Harapanya dengan ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi para pembaca dan memperluas pemahaman tentang topik yang terkait judul Penelitian Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.

- c. Dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk peneliti berikutnya yang ingin meneliti variabel yang serupa.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, bertujuan untuk melihat dan mengidentifikasi bagaimana pengaruh dari variabel Keragaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening kepada Konsumen MR.DIY Tlogomas Kota Malang secara parsial dan secara tidak langsung. cara untuk mengumpulkan data adalah kuesinoer dimana objek penelitian Konsumen yang melakukan pembelian pada MR.DIY Tlogomas Kota Malang. Berdasarkan hasil dari pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Diketahui dari penelitian bahwa Keragaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen di MR.DIY Tlogomas Kota Malang.
2. Hasil uji penelitian menunjukkan bahwa Keragaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen. Selain itu, Kepuasan Konsumen juga secara parsial berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada pelanggan MR.DIY Tlogomas Kota Malang.
3. Berdasarkan dari hasil Uji Path Analysis dari penelitian disimpulkan terdapat pengaruh positif keragaman produk terhadap minat beli ulang melalui variabel intervening kepuasan. Artinya semakin besar keragaman variasi yang ditawarkan oleh suatu perusahaan atas produk, maka

kepuasan seorang konsumen semakin tinggi terhadap produk tersebut, semakin tinggi minat beli ulang konsumen terhadap produk.

4. Berdasarkan dari hasil uji Path Analysis dari penelitian diketahui bahwa Harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang. Kepuasan sebagai intervening juga tidak dapat memediasi hubungan antara harga dan minat beli ulang.
5. Berdasarkan dari hasil uji Path Analysis diketahui bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi minat beli ulang konsumen melalui variabel intervening kepuasan. Artinya variabel intervening kepuasan mampu mempengaruhi hubungan kualitas pelayanan dan minat beli ulang.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Dalam penelitian ini peneliti hanya meneliti tentang variabel-variabel yang diangkat dalam penelitian.
2. Dalam penelitian ini kemungkinan masih kurang dalam segi variabel yang tidak diteliti oleh peneliti.

## 5.3 Saran

1. Untuk perusahaan diharapkan dapat memberikan masukan atas pertimbangan dalam mengatasi permasalahan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan seorang konsumen seperti memberikan atau menyediakan kelengkapan dari suatu ukuran dari semua produk yang dapat memberikan pengaruh kepada kepuasan seorang konsumen. keragaman produk sendiri juga memberikan efek pada kepuasan seorang konsumen dan kepuasan konsumen dapat

memberikan pengaruh juga pada minat mereka dalam melakukan pembelian kembali dan ini sudah dijelaskan berdasarkan pada penelitian diatas.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a) Dengan adanya peneliti ini yang kemungkinan dari variabel yang diteliti masih kurang, diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk menambahkan beberapa variabel penelitian lainnya.
- b) Dan untuk memperoleh atau memperkuat setiap variabel penelitian maka peneliti selanjutnya dapat menambahkan beberapa pertanyaan lagi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D Bandung: Alfabeta*
- Meithiana Indrasari. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*
- MR.DIY. 2023. *membuka toko pertamanya di Jalan Tuanku Abdul Rahman pada Juli 2005 dan sekarang telah berkembang menjadi toko perlengkapan rumah terbesar di Malaysia, Singapura, Thailand, Brunei, Indonesia, Filipina, dan Cambodia.*, MR.DIY. Available at: <https://www.mrdiy.com/id/page/236/About-Us/> diakses, 10 Mei 2023.
- CEIC. (2023). *Indonesia pertumbuhan penjualan ritel, CEIC.* Available at: <https://www.ceicdata.com/id/indicator/indonesia/retail-sales-growth> diakses, 10 Mei 2023.
- Sihombing, I. K., Dewi, I. S., & Al Madany, K. (2019). Analisis Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Persepsi Konsumen Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Dan Kepuasan Konsumen Di Kota Medan. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 8(1), 12-25.
- Badarudin, F. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Exterior Store Surabaya* (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Nainggolan, H. L., & L Tobing, B. N. (2020). PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PELANGGAN MATAHARI DEPARTEMEN STORE TBK BATAM CITY SQUARE.
- Rudy Irwansyah dkk. 2021. *Perilaku Konsumen: Widina Bhakti Persada Bandung*
- Ayuningsih, N. (2022). *Pengaruh Suasana Toko, Promosi, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mr. DIY Mall Ramayana Cengkareng, Jakarta Barat* (Doctoral dissertation, Universitas Buddhi Dharma).
- Jaber, L., Basalamah, M. R., & Wahono, B. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Toko Dan Keragaman Produk Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Study Pada Sardo Swalayan Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(09).
- Hariyanto, H., Arief, M. Y., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko F3 Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(9), 1784-1795.

- Syamnarila, A. P., & Efendi, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Charles & Keith Mall Ratu Indah Makassar. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, 3(3), 15-25.
- Nasikhak, N. (2019). *Pengaruh keanekaragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas dengan kepuasan pelanggan sebagai variable intervening: Studi pada Toko Pertanian Subur Kec. Pace Nganjuk* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Tania, C. A., & Aditi, B. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, LOKASI TERHADAP MINAT MEMBELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 2(1), 16-32.
- Zahroni, Z., Arief, M. Y., & Praja, Y. (2022). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA CAFE AMIRAH DI SITUBONDO DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(10), 2068-2079.
- Salsabila, A. N., & Saidani, B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus Pada Pelanggan Website Beautyhaul Gen Z di Indonesia. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan-JBMK*, 3(1), 87-100.
- Hapsari, B. C., & Astuti, S. R. T. (2022). Pengaruh Keragaman Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang di Toko Online Lazada dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 11(2).
- Mustapa, A., Paramita, P. D., & Hasiholan, L. B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Dan Keragaman Produk Sparepart Toyota Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan PT. New Ratna Motor Semarang). *Journal of Management*, 4(4).