

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT BELI ULANG (Survei Pelanggan Pada Ranch Market Pondok Indah)

**SAMSUL ARIFIN
8215072827**



Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2012**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE
QUALITY TO CUSTOMER SATISFACTION AND
REPURCHASE INTENTION
(Survey on Customer Ranch Market Pondok Indah)**

**SAMSUL ARIFIN
8215072827**



**This Thesis is written as Part Of Bachelor Degree in Economics
Accomplishment**

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
DEPARTMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMIC
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2012**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


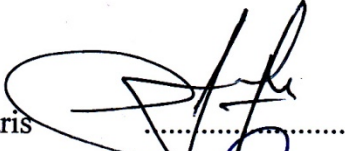
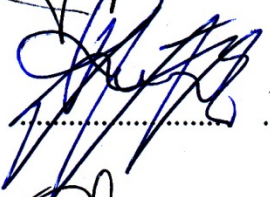

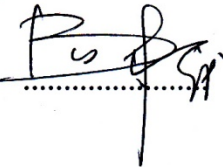
Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Nurahma Hajat, M.Si

NIP: 19531002 198503 2 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
<u>1. Dra. Umi Mardiyati, M.Si</u> NIP: 19570221 1985032002	Ketua		02-08-2012
<u>2. Agung Kresnamurti, ST, MM</u> NIP: 197404162006041001	Sekretaris		02/08/2012
<u>3. Dr. Mohamad Rizan, SE,MM</u> NIP: 197206272006041001	Penguji Ahli		06-08-2012
<u>4. Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP: 197206171999031001	Pembimbing I		02-08-2012
<u>5. Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP: 196301191992032001	Pembimbing II		02-08-2012

Tanggal Lulus : 17 Juli 2012

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 27 Agustus 2012

Yang membuat pernyataan



Samsul Arifin

No.Reg. 8215072827

ABSTRAK

Samsul Arifin, 2012; Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang Pada Supermarket Ranch market Pondok Indah Jakarta Selatan: Survei Pada konsumen Ranch Market Pondok Indah, Jakarta Selatan. Pembimbing: Setyo Ferry Wibowo, SE., Dra. Basrah Saidani, M.Si .

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara jelas tentang kualitas produk, kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan minat beli ulang konsumen di supermarket *Ranch market* Pondok Indah Jakarta Selatan. Tujuan kedua adalah untuk menguji pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang melalui variabel kepuasan konsumen. Tujuan ketiga untuk menguji pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Tujuan keempat adalah untuk menguji pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang. Tujuan kelima adalah untuk menguji pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen supermarket di *Ranch Market* Pondok Indah Jakarta Selatan. Pengambilan sampel berjumlah 160 responden dengan menggunakan metode *nonprobability sampling*. Sedangkan bagian dari *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *convenience sampling*. Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif, desain deskriptif serta kausal, metode survei. Analisis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program aplikasi statistik SEM (*Struktural Equation Modelling*) Lisrel versi 8.80 untuk mengolah data. Hasil analisis deskriptif menunjukkan: a) Dimensi *performance* merupakan dimensi yang paling dominan pada kualitas produk, b) Dimensi *responsiveness* merupakan dimensi yang paling dominan pada kualitas layanan, c) Dimensi *attribute related to service* merupakan dimensi yang paling dominan pada kepuasan konsumen, d) Dimensi Transaksional merupakan dimensi yang paling dominan pada minat beli ulang. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan; 1) Kualitas Produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang, 2) kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 3) kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat beli ulang, 4) kepuasan konsumen berpengaruh terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci: Kualitas produk, kualitas layanan, kepuasan konsumen, minat beli ulang.

ABSTRACT

Samsul Arifin, 2012; The Influence of Product Quality and Service Quality To Customer Satisfaction and Repurchase Intention: Survey on Supermarket Ranch Market Pondok Indah South Jakarta. Advisory Team: Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si., Dra. Basrah Saidani, M.Si .

This study aims to describe clearly about product quality, service quality, customer Satisfaction and repurchase intention on customer at Ranch Market Pondok Indah South Jakarta . The second objective is to test the influence of product quality and service quality to customer satisfaction and repurchase intention. The third objective is to test the influence of product quality and service quality to customer satisfaction. The fourth objective is to test the influence product quality and service quality to repurchase intention. The fifth objectives is to test the influence customer satisfaction to repurchase intention. Population of the research is Ranch Market customer at Pondok Indah South Jakarta. Sampling totaled 160 respondents using nonprobability sampling method. While part of nonprobability sampling used was convenience sampling. The research was carried out quantitatively, descriptive and causal research design, survey methods. Analysis of the research was conducted using SEM (struktural equation model) Lisrel statistical application program version 8.80 for data processing. Descriptive analysis results showed: a) Performance dimension is the most dominant dimension in product quality variable, b) Responsiveness dimension is the most dominant dimension in service quality variable, c) Attribute related to service is the most dominant dimension in customer satisfaction variable, d) Transactional is the most dominant dimension in repurchase intention variable. The results of hypothesis testing are: 1) product quality and service quality influence the customer satisfaction and repurchase intention, 2) product quality and service quality influence the customer satisfaction, 3) product quality and service quality influence the repurchase intention, 4) customer satisfaction influence the repurchase intention.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, Repurchase Intention.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan tugas akhir yang harus dibuat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Pada kesempatan ini, peneliti ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan dan sarannya kepada peneliti. Berkat bimbingan dan saran dari dosen pembimbing dan pihak-pihak yang telah terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung, akhirnya peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ungkapan terima kasih ini peneliti tujukan kepada :

1. Bapak Setyo F Wibowo, SE, M.Si. selaku dosen pembimbing satu yang telah dengan sabar membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi selama ini. Dorongan dan semangat yang diberikan sangat membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dra Basrah Saidani, M.Si. selaku dosen pembimbing dua yang telah dengan sabar membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi selama ini. Dorongan dan semangat yang diberikan sangat membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Hj. Nurahma Hajat, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Agung Wahyu Handaru, ST, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.

5. Ibu Dra. Umi Mardiyati M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.
6. Bapak Dr. Mohammad. Rizan, SE, MM. dan Bapak Agung Kresnamurti, ST, MM selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan kritik sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Para dosen dan seluruh karyawan /staf pegawai Universitas Negeri Jakarta yang namanya tidak mungkin disebutkan satu persatu atas bantuan yang diberikan selama peneliti mengikuti studi.
8. Secara khusus peneliti juga ingin berterima kasih kepada ayahanda Aman Bin Amat dan Ibunda E. Fathonah selaku orang tua penulis, yang telah melimpahkan begitu banyak kasih sayang, doa, dan dukungan baik moril maupun materil dari awal proses penelitian sampai terselesaikannya skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman dari S1 Manajemen angkatan 2005, angkatan 2006 dan angkatan 2007 yang selalu menyemangati peneliti selama ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang peneliti miliki. Oleh karena itu, peneliti menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya.

Jakarta, Juli 2012

Peneliti