

DAFTAR PUSTAKA

- Albertus Ferry Rostya Adi. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal cabang Lampersari Semarang)*, Universitas Diponegoro Semarang, 2012. <https://docplayer.info/177180-Analisis-pengaruh-harga-kualitas-produk-dan-kualitas-layanan-terhadap-kepuasan-pelanggan.html>.
- Alfianto, E.A, Fazizah, A. (2019). Perbandingan Peran Pekerja Pria Dan Pekerja Wanita Terhadap Jumlah Hasil Kerja Memetik Daun Teh. *Jurnal Administrasi Bisnis (JABis)* p-ISSN 1836, 2277
- Aminullah, A., & Nuzil, N. R. (2022). Implementasi Good Corporate Governance pada Badan Usaha Milik Desa. *SKETSA BISNIS (e-jurnal)*, 9(2).
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers. Sangadji, E.M. dan Sopiah 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Assauri, S., 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Ariani, Dorothea Wahyu. 2003.. *Manajemen Kualitas, Pendekatan sisi Kualitatif*. Ghalia Indonesia, Jakarta
- Astridh Faysah (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bakso Di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang*.
- Ahmad Izzuddin dan Muhammad Muhsin (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Sate Kelinci Mas Asep Di Jember*.
- Ahmad Nu'man Purnomo, Tri Indra Wijaksana (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Bbq Mountain Boys Burger Bandung*.
- Alma Buchari.2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Aprih Santoso, Sri Yuni Widowati. Desember 2011. *Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopima USM)*. ISSN:1410-9859.
- Basrah Saidani dan Samsul Arifin. 2012. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 3, No. 1.

- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Cheng, B. L., Gan, C. C., Imrie, B. C., & Mansori, S. (2019). Service recovery, customer satisfaction and customer loyalty: evidence from Malaysia's hotel industry. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 11(2), 187–203. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-09-2017-0081>.
- Dewi, C. S. (2023). Pengaruh E-Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Eticha di Akun shopee Eticha_Mojokerto) (Doctoral dissertation, Universitas Yudharta).
- Dutka (dalam Melinda, 2008:11). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. Survey Pada Toko Boneka Angkasa Cijerah.
- EA Alfianto, A Fazizah, N Mufida. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Reputasi Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *SKETSA BISNIS (e-jurnal)* 5 (1), 1-14
- Fazizah, A. (2016). Penerapan Model Tam Terhadap Penggunaan Aplikasi Sistem Informasi Akademik (Siakad). *Jurnal Heritage* 4 (1), 39-50.
- Fazizah, A. EG Sukoharsono (2016). Analisis Penggunaan Aplikasi Sistem Informasi Logistik (SIL) Untuk Perencanaan, Pelaporan Dan Pengendalian Logistik Berbasis Web Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Dan Kepuasan PENGGUNA (Studi pada : Pengguna Aplikasi SIL Perum Bulog Divisi Regional Jawa Timur). *Profit: Jurnal Adminsitasi* Vol. 10. No 2.
- Fazizah, A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Adopsi Pengguna dan Efektivitas Terpaan Iklan Dalam Aplikasi Sebuah Smartphone *Jurnal Heritage* 5 (1), 25-42
- Fazizah, A. Alfianto, E.A. (2019). Analisis pengaruh vlog sebagai electronic word of mouth, source characteristics terhadap trust dan purchase intention. *Jurnal Administrasi Bisnis (JABis)* p-ISSN 1836, 2277.
- Fazizah, A. I Gunatrayana. (2020). Technology Factor dan Motivation to Share dalam membentuuk Akulturasi Knowledge Sharing dan Firm Innovation Capability Studi pada UMKM Sektor Meubel Kabupaten Pasuruan Jawa Timur *JIABI – Vol. 4 No. 1*.
- Fitriya, I. R., & Wusko, A. U. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Basmalah di Gondang Wetan). *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 223-230.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hasanah, U. (2023). Pengaruh Brand Equity Dan User Generated Content Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Repurchase Intention Pada Konsumen UMKM Produk Unggulan Kabupaten Pasuruan (Doctoral dissertation, Universitas Yudharta).
- Hume, M. and Gillian, S. M. (2010). The Consequence of Appraisal Emotion, Service Quality, Perceived Value and Customer Satisfaction on Repurchase Intent in The Performing Arts. *Journal of Services Marketing*, Vol. 24, Iss 2, h. 170 – 182.
- Huda, M., Maulana, I., & Hidayati, L. (2024). Pemanfaatan literasi digital melalui pengelolaan website dan media sosial desa menuju desa go digital. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 7(1), 92-102.
- Huda, M., Mufida, S. L., & Afifah, N. (2023). Ketika Influencers Endorse Pada Media Sosial Instagram mendukung Brand: Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumen dan Minat Beli. *SKETSA BISNIS*, 10(1), 101-120.
- Indrawati, I., Muyasaroh, S., & Ahwan, Z. (2022). Analisis Makna Simbolik Larung Tumpeng Pada Upacara Distrikan di Danau Ranu Desa Ranuklindungan Pasuruan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(2), 307-315.
- Irawan, Handi, 2004, *Kepuasan Pelanggan*, PT Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- Khumaidi, K., & Sunarno, H. (2021). Measurement of The Quality Employment Services. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(1), 217-226.
- Kotler, Philip, 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta
- Kotler, Philip, (2005). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 11, Jilid 2, Jakarta: Terjemahan PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane, Keller (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1 & 2. Jakarta: Terjemahan PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. And Kevin Lane, Keller (2009). *Manajemen Pemasaran American Marketing Assosiation*.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* Jilid 1, Edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P dan Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* Edisi 13, Jilid I, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Keller, 2012. *Marketing Management*, 14th, Person Education.

- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1&2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p125.
- Laila, S. (2024). Dampak Intellectual Capital Terhadap Sustainability Report Dan Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021. *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis)*, 10(1), 25-32.
- Lupiyoadi, R. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jasa Teori Dan Praktik. Penerbit Salemba Empat.
- Matsumoto, Shigeru and Yang Cao. (2012). *Resolving Service Quality Uncertainty through WOM Communication*. College of Economics.
- Murtadlo, K., & Nuraeni, N. (2022). Good Corporate Governance and Risk Management on Financial Cooperative Performance. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 5(3), 284-292.
- Nizar, M., & Rakhmawati, A. (2022, December). Strategy for Strengthening the Economy of Local Communities Through Business Guidance and Assistance in SME Community of Indonesian Student Entrepreneurs Association. In *The 4th International Conference on University Community Engagement (ICON-UCE 2022)* (Vol. 4, pp. 436-443).
- Nugroho, E. D., Sururi, A. M., Ardiansyah, R., Rahayu, D. A., Ainiyah, R., Fathurrohman, A., ... & Kasiman, K. (2024). Bioinformatics Approach: Evaluating the Antiviral Potential of Flavonoid Compounds from *Phyllanthus urinaria* against Foot-and-Mouth Disease in Livestock Animals. *ALCHEMY: Journal of Chemistry*, 12(1), 42-48.
- Nuraeni, N., Nuzula, N. F., & Damayanti, C. R. Unveiling the Nexus: Exploring The Dynamics Of Corporate Governance, Capital Structure, Investment Opportunities, And Bank Performance In Indonesian Stock Exchange's Publicly Listed Commercial Banks (2018-2022)—A Moderated Analysis Incorporating Credit Risk.
- Nuraeni, N., Saifi, M., Nuzula, N. F., & Damayanti, C. R. (2024). The Impact of Corporate Governance on Capital Structure, Investment Opportunity Set, and Bank Performance: The Role of Credit Risk as a Moderating Variable. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 4(03), 1172-1196.
- Nuraeni, N., Nuzula, N. F., & Damayanti, C. R. Unveiling the Nexus: Exploring The Dynamics Of Corporate Governance, Capital Structure, Investment Opportunities, And Bank Performance In Indonesian Stock Exchange's Publicly Listed Commercial Banks (2018-2022)—A Moderated Analysis Incorporating Credit Risk.

- Nurhayati dan W. W. Murti. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone*: Jurnal Unimus Vol. 8 No.2, 2012.
- Rivai, Janes dan Zulfitri (2021). The Role of Purchasing Decisions Meidtating Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction of Kopi Janji Jiwa. *Journal of Business and Management Studies (JBMS)*, 3 (2), 31-42, DOI 10.32996/jbms.2021.3.2.4.
- Ridwan dan Achmad Kuncoro, 2008. *Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Suseno Hendratmoko, 2019. *Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Intervening*. JMK 4 (2) 2019, 116-125.
- Sari, Fitriah et al. 2013. *Pengaruh Penggunaan larutan Alkali Pada Kekuatan Tarik dan Uji Degradasi Komposit Polipropilena Bekas Berpengisi Serbuk Sabut Kelapa*. Jurnal Teknik Kimia, Volume 2, No.1, Halaman 14 – 20. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Sarahnadia dan Dra. Sri Suryoko, M.Si. 2017. *Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Harga Terhadap Repurchase Intention*. DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITICAL Tahun 2017, Hal 1-7.
- SILFIAH, Rossa Ilma. Perbandingan Tindak Pidana Makar dalam KUHP Indonesia, Malaysia, Austria dan Konsep Hukum Islam. Jurnal Ilmiah Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, [S.l.], v. 6, n. 1, p. 229-238, mar. 2021. ISSN 2527-8495. Available at: <<https://journal2.um.ac.id/index.php/jppk/article/view/19055>>. Date accessed: 04 oct. 2024. doi:<http://dx.doi.org/10.17977/um019v6i1p229-238>.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Statistika untuk Penelitian)*. Sukabumi, Jawa Barat. CV. Alfabeta. https://library.nusaputra.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1629.
- Slamet Puji Utomo, 2019. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pelanggan Indosat di FEB, Fakultas Hukum, Fakultas Teknik, dan FISIP)* Universitas Diponegoro Semarang, 2014, h. 46-47. eprints.undip.ac.id/42848/1/UTOMO.pdf.

- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Solimun, 2002 dalam Achmad Sani Supriyanto dan Vivin Maharani. 2013. *Metode penelitian manajemen sumber daya manusia*. Malang: UIN- Maliki Press.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Prinsip & Dinamika Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap *Repurchase Intention* Melalui Kepuasan Konsumen, maka kesimpulan yang dapat diambil yaitu:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Harga Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
4. Lokasi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
5. Kualitas Produk berpengaruh secara negative dan tidak signifikan terhadap *Repurchase Intention*.
6. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*.

7. Harga Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*.
8. Lokasi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*.
9. Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan di atas, maka ada beberapa saran yang dapat diberikan dengan harapan dapat membantu dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada Bakso Pirang. Adapun saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Meningkatkan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen juga akan diikuti peningkatan *repurchase intention*. Sehingga perlu adanya evaluasi terkait kualitas produk pada bakso pirang dan lebih memperhatikan keluhan-keluhan semua konsumen, misalnya seperti rasa kuah yang sedikit asin dan terkadang juga hambar. Namun akan lebih baik, jika pada pihak bakso pirang bisa menyesuaikan lagi dengan kualitas rasa produk yang diinginkan oleh para konsumen.
2. Melakukan pengembangan dan perluasan (ekspansi) usaha dengan membuka cabang baru pada lokasi yang lebih strategis. Strategi ini perlu dilakukan untuk menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan volume penjualan pada Bakso Pirang.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perdagangan di masa kini semakin pesat dengan tingkat persaingan yang ketat untuk memasarkan produk dan jasa kepada konsumen. Dalam setiap perdagangan tidak akan lepas dengan hadirnya teknologi yang semakin maju, sehingga setiap perusahaan akan sangat membutuhkan sebuah teknologi informasi agar dapat mengembangkan bisnis yang sedang dijalankan. Kemajuan teknologi ini diimbangi dengan pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat pula.

Bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis jasa yang berkembang pesat saat ini yang muncul seiring dengan adanya ide yang kreatif dan inovatif yang membuat konsep pemasaran pada bisnis kuliner lebih berkembang dan tepat sasaran. Konsep pemasaran sudah mulai difokuskan untuk memberikan kepuasan pada konsumen sehingga menghasilkan keuntungan yang tinggi dan menjadikan bisnis kuliner sebagai kebutuhan pokok bagi setiap orang. Terdapat juga faktor lain yang mendorong pengusaha untuk mendirikan bisnis kuliner, yaitu adanya perubahan pada pola konsumsi masyarakat.

Pola konsumsi masyarakat telah mengalami perubahan untuk mulai terbuka dan terbiasa untuk makan di luar rumah. Pertumbuhan masyarakat yang semakin meningkat mendorong akan kebutuhan makanan cepat saji semakin meningkat pula. Kebutuhan makanan cepat saji akan menciptakan para pelaku usaha untuk

membuka usaha kuliner dengan menciptakan inovasi dan kreasi pada produknya masing-masing. Makan di luar rumah dianggap lebih efisien dan juga dapat dijadikan sebagai sarana refreshing, baik bersama keluarga maupun kerabat. Peluang usaha ini dimanfaatkan oleh banyak pengusaha atau pemilik modal, salah satu usaha kuliner yang sangat populer dan mudah dicari yaitu usaha warung bakso.

Usaha warung bakso adalah salah satu dari usaha kecil rumahan yang menyiapkan makanan cepat saji. Sebagian dari masyarakat Indonesia sangat menyukai makanan cepat saji ini. Perkembangan usaha warung bakso di daerah pedesaan sudah ada sejak lama. Salah satunya yaitu Bakso Pirang yang terletak di Jalan Raya Nongkojajar No.368, Cowek, Purwodadi, Pasuruan, Jawa Timur 67163, Indonesia.

Usaha warung bakso yang ingin mendapatkan keuntungan yang besar, maka dalam mengembangkan usaha harus memperhatikan beberapa hal. Pada suatu usaha yang berorientasi pada pelanggan. Banyak strategi yang dapat dilakukan oleh pengusaha atau pemilik modal dalam menghadapi persaingan yang semakin kuat, salah satunya bagaimana mereka memahami perilaku konsumen yang akan atau telah membeli produk mereka. Pengusaha atau pemilik modal juga harus mengetahui karakteristik konsumen secara umum untuk memberikan output produk yang baik dan layak kepada konsumen, sehingga konsumen merasa puas dan tidak kecewa bila membeli output tersebut. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mempertahankan loyalitas ataupun pembelian ulang konsumen terhadap produk atau jasa yang digunakan.

Menurut Assauri (2015: 211), “kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan dan sebagai bahan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia”. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, perusahaan harus melakukan strategi dalam hal pengukuran yaitu dengan cara membagi produk, seperti mengelompokkan makanan dalam beberapa kategori, misalnya kualitas rasa, kuantitas atau porsi, variasi menu atau variasi jenis makanan yang ditawarkan. Hal ini tidak bisa dipungkiri bahwa cita rasa yang khas, porsi yang sesuai dengan ekspektasi dan selera, serta banyaknya varian makanan yang ditawarkan akan membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian berulang dan mempertahankan kepuasan terhadap produk tersebut.

Menurut Tjiptono (2014) “kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang)”. Menurut Prawirosentono (2012) menyatakan bahwa “kualitas produk merupakan hal yang sangat penting untuk dijaga agar suatu industri tidak kehilangan konsumen, dan reputasi perusahaan tetap terjaga dengan baik”. Kualitas produk adalah keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa dari aspek pemasaran, rekayasa dan pemeliharaan yang sesuai dengan harapan konsumen.

Kualitas penting artinya dan merupakan salah satu faktor keunggulan yang kompetitif. Kedudukan kualitas menjadi sangat penting sejak persaingan pasar

semakin ketat. Persaingan yang ketat tersebut antara lain dipicu oleh kondisi globalisasi yang semakin cepat kemajuannya. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor yang bisa mempengaruhi konsumen atau pelanggan, yang mana pelanggan akan merasa puas saat melakukan pembelian maupun mengonsumsi produk tersebut. Ketika pelanggan merasa puas dengan produk yang ia beli pelanggan akan loyal dan akan melakukan pembelian ulang.

Masalah kualitas pelayanan atau jasa ikut menentukan perkembangan usaha dalam berbisnis. Pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan akan memberikan kepuasan pada konsumen. Menurut Fandy Tjiptono (2012:39) "kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen". Sudah menjadi kewajiban perusahaan untuk memberikan pelayanan yang baik dalam menghadapi konsumen. Perusahaan harus mampu meninjau kembali hal-hal yang dibutuhkan konsumen dan melakukan upaya yang maksimal dalam memberikan pelayanan yang terbaik.

Pelayanan bukanlah suatu masalah yang sulit atau rumit, tetapi apabila masalah pelayanan ini kurang diperhatikan oleh perusahaan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifat yang sensitive "dalam memberikan sistem pelayanan kepada konsumen seharusnya didukung oleh kualitas pelayanan yang baik, fasilitas yang memadai dan etika atau tata karma" (Musrina, 2017). Kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan utama atau pelengkap dalam usaha yang tidak akan secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi akan

lebih menekankan pada kegiatan pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual (Yamit, 2017).

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan ini menjadi titik perhatian konsumen selain dari rasa bakso itu sendiri dan rasa nyaman pelanggan berada di dalam warung bakso tersebut, sehingga dengan rasa nyaman itu konsumen akan mendapatkan kepuasan dan akan melakukan pembelian secara berulang kali bahkan merekomendasikan warung bakso tersebut kepada orang-orang yang berada disekitarnya.

Tujuan memberikan pelayanan kepada pelanggan adalah untuk memberikan rasa puas dan rasa nyaman, sehingga dapat saling menguntungkan baik untuk pengusaha warung bakso maupun pelanggan itu sendiri serta memberikan nilai tambah laba bagi penghasilan pengusaha. Apabila mengolah kualitas layanan dengan tepat dan baik maka dapat berkontribusi dengan positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan (Tjiptono, 2004).

Selain kualitas pelayanan yang menjadi faktor penentu pengambilan keputusan pembelian produk atau tidak adalah harga. Menurut (Kotler dan Armstrong, 2008) “harga adalah sejumlah uang yang akan dibebankan atas nilai suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen untuk setiap manfaat-manfaat yang telah diterima karena menggunakan produk atau jasa tersebut”. Menurut Assauri (2014:223), harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja.

Jika harga produk yang tinggi sedangkan manfaat yang dirasakan pelanggan lebih kecil, maka akan membuat pelanggan berfikir untuk melakukan pembelian ulang produk tersebut. Namun jika harga yang rendah dengan manfaat yang dirasakan pelanggan lebih besar maka pelanggan akan merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk yang ditukar konsumen atas keunggulan yang dimiliki produk tersebut. Harga menjadi variabel yang penting bagi perusahaan dengan harga yang rendah dan kualitas baik akan meningkatkan pemasaran. Harga mempunyai dua peran utama dalam proses pengambilan keputusan pelanggan yaitu peran informasi dari harga dan peranan alokasi dari harga untuk membantu para pembeli memutuskan cara memperoleh manfaat yang tinggi sesuai harapan berdasarkan daya belinya.

Terlepas dari masalah kualitas produk, kualitas layanan dan harga produk. Terdapat salah satu faktor yang dapat mendukung keberhasilan suatu usaha, yaitu penentuan lokasi yang tepat dan strategis. Kotler dan Keller (2009: 84) berpendapat bahwa faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam menentukan lokasi diantaranya adalah: akses yang mudah dijangkau, visibilitas, tempat parkir yang memadai, kemungkinan dalam pengembangan tempat usaha, serta lingkungan. Menurut Swastha (2004:24) lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah tata letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwasannya suatu lokasi disebut strategis bila berada dipusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi, dan lokasi yang dinilai mampu mengalami pertumbuhan ekonomi.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan oleh peneliti dalam latar belakang masalah penelitian ini, penulis memilih penelitian skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, HARGA PRODUK DAN LOKASI PENJUALAN TERHADAP REPURCHASE INTENTION MELALUI KEPUASAN KONSUMEN BAKSO PIRANG (Studi Pada Konsumen Bakso Pirang Desa Cowek Kecamatan Purwodadi)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah variabel X1 (kualitas produk) berpengaruh terhadap variabel Z (kepuasan konsumen) bakso pirang?
2. Apakah variabel X2 (kualitas layanan) berpengaruh terhadap variabel Z (kepuasan konsumen) bakso pirang?
3. Apakah variabel X3 (harga produk) berpengaruh terhadap variabel Z (kepuasan konsumen) bakso pirang?
4. Apakah variabel X4 (lokasi penjualan) berpengaruh terhadap variabel Z (kepuasan konsumen) bakso pirang?

5. Apakah variabel X1 (kualitas produk) berpengaruh terhadap variabel Y (repurchase intention) bakso pirang?
6. Apakah variabel X2 (kualitas layanan) berpengaruh terhadap variabel Y (repurchase intention) bakso pirang?
7. Apakah variabel X3 (harga produk) berpengaruh terhadap variabel Y (repurchase intention) bakso pirang?
8. Apakah variabel X4 (lokasi penjualan) berpengaruh terhadap variabel Y (repurchase intention) bakso pirang?
9. Apakah variabel Z (kepuasan konsumen) berpengaruh terhadap variabel Y (repurchase intention) pada bakso pirang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat diketahui tujuan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel X1 (kualitas produk) terhadap variabel Z (kepuasan konsumen) di bakso pirang.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel X2 (kualitas layanan) terhadap variabel Z (kepuasan konsumen) di bakso pirang.
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel X3 (harga produk) terhadap variabel Z (kepuasan konsumen) di bakso pirang.

4. Untuk mengetahui pengaruh variabel X4 (lokasi penjualan) terhadap variabel Z (kepuasan konsumen) di bakso pirang.
5. Untuk mengetahui pengaruh variabel X1 (kualitas produk) terhadap variabel Y (repurchase intention) di bakso pirang.
6. Untuk mengetahui pengaruh variabel X2 (kualitas layanan) terhadap variabel Y (repurchase intention) di bakso pirang.
7. Untuk mengetahui pengaruh variabel X3 (harga produk) terhadap variabel Y (repurchase intention) di bakso pirang.
8. Untuk mengetahui pengaruh variabel X4 (lokasi penjualan) terhadap variabel Y (repurchase intention) di bakso pirang.
9. Untuk mengetahui pengaruh variabel Z (kepuasan konsumen) terhadap variabel Y (repurchase intention) di bakso pirang.

1.4 Manfaat Penelitian

a) Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat pengembangan ilmu ekonomi, manajemen dan bisnis khususnya dalam bidang pemasaran, yang mana bisa membuat kepuasan konsumen dan repurchase intention atau niat pembelian kembali.

b) Secara Praktis

Dalam setiap penelitian yang telah dilakukan akan ada manfaat yang diperoleh, maka manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi usaha bakso pirang, hasil penelitian ini mampu memberikan informasi sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi usaha mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga produk dan lokasi penjualan terhadap kepuasan konsumen dan repurchase intention.
2. Bagi konsumen, hasil penelitian ini berguna sebagai gambaran dan pertimbangan sebelum melakukan pembelian.
3. Bagi peneliti, hasil penelitian ini menjadi sarana untuk menerapkan teori dari bangku kuliah serta menambah pengetahuan mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga produk dan lokasi penjualan terhadap kepuasan konsumen dan repurchase intention.

RINGKASAN

Ahmad Lutfi Habibulloh. Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan 24 Agustus 2022. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga Produk Dan Lokasi Penjualan Repurchase Intention Melalui Kepuasan Konsumen Bakso Pirang (Studi Pada Konsumen Bakso Pirang Desa Cowek Kecamatan Purwodadi)”. Pembimbing: Nur Rohmat Nuzil, S. Sos, M. AB.

Minat beli ulang (*Repurchase Intention*) bisa terjadi apabila konsumen sudah merasakan puas terhadap suatu produk (makanan), seperti dalam hal kualitas produk, kualitas layanan, harga produk dan lokasi penjualan, sehingga dengan tercapainya hal-hal tersebut maka secara tidak langsung akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang (*Repurchase Intention*). Sehingga akan memberikan peningkatan terhadap pembelian ulang melalui kepuasan konsumen.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap *Repurchase Intention* Melalui Kepuasan Konsumen. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dengan penyebaran kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* atau lebih tepatnya *rumus machine*, yaitu teknik penentuan sampel dimana orang yang dipilih sebagai sampel tidak diketahui jumlahnya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *analisis path*.

Kata kunci: *Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga Produk, Lokasi Penjualan, Repurchase Intention Dan Kepuasan Konsumen.*

SUMMARY

Ahmad Lutfi Habibullah. Business Administration Study Program, University of Yudharta Pasuruan August 24, 2022. "The Influence of Product Quality, Service Quality, Product Prices and Sales Locations for Repurchase Intentions Through Consumer Goals of Pirang Meatballs in Cowek Village, Purwodadi District". Supervisor: Nur Rohmat Nuzil, S.Sos, M.AB.

Repurchase intention can occur when consumers are satisfied with a product (food), such as in terms of product quality, service quality, product prices and sales locations, so that the achievement of these things will indirectly affect consumers. to make a repurchase Repurchase Intention). So that it will provide an increase in repurchase through customer satisfaction.

This research was conducted to find out the effect of product quality, service quality, product prices and sales locations on repurchase intentions through consumer goals. This type of research uses quantitative research, with the distribution of questionnaires as data collection. The sampling method uses purposive sampling or more precisely the machine formula, which is a technique for determining samples where there are no people selected as samples. The sample used in this study were 100 respondents. The data analysis method used in this research is path analysis.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Product Price, Sales Location, Repurchase Intention and Consumer Satisfaction.

**Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga Produk Dan Lokasi
Penjualan Terhadap Repurchase Intention Melalui Kepuasan Konsumen
Bakso Pirang**

(Studi Pada Konsumen Bakso Pirang Desa Cowek Kecamatan Purwodadi)

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)**



AHMAD LUTFI HABIBULLOH

NIM: 201869100051

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2022

**Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga Produk Dan Lokasi
Penjualan Terhadap Repurchase Intention Melalui Kepuasan Konsumen
Bakso Pirang**

(Studi Pada Konsumen Bakso Pirang Desa Cowek Kecamatan Purwodadi)

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)**



AHMAD LUTFI HABIBULLOH

NIM: 201869100051

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga Produk Dan Lokasi Penjualan Repurchase Intention Melalui Kepuasan Konsumen Bakso Pirang (Studi Pada Konsumen Bakso Pirang Desa Cowek Kecamatan Purwodadi)

Disusun oleh : AHMAD LUTFI HABIBULLOH

NIM : 201869100051

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Jurusan : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

di depan tim penguji

Pasuruan, *13 Agustus 2022*



Nur Alizah, S. Sos., M. AB
NIK, Y. 069.11.03.044

Pembimbing,

Nur Rohmad Nuzil, S. Sos., M. AB
NIK, Y. 069.11.03.044

TANDA PENGESAHAN

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA
PASURUAN, PADA:

Hari : Sabtu

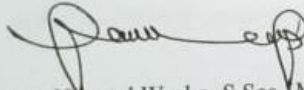
Tanggal : 27 Agustus 2022

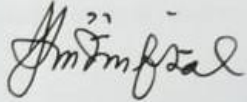
Jam : 13:00 WIB

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga Produk Dan
Lokasi Penjualan Repurchase Intention Melalui Kepuasan
Konsumen Bakso Pirang (Studi Pada Konsumen Bakso Pirang Desa
Cowek Kecamatan Purwodadi)

DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI



Dr. Any Urwatul Wusko, S.Sos., M. AB
NIK. Y 069.11.03.037


Drs. Eko Agus Alfianto, M. AB
NIP. Y 069.04.03.012

MENGESAHKAN,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik




Dr. Any Urwatul Wusko, S.Sos., M. AB
NIK. Y 069.11.03.037

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Lutfi Habibulloh

Nim : 201869100051

Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, *27 Agustus 2022*

Yang membuat pernyataan,



METERAI
TEMPEL
ACAUX992944983

AHMAD LUTFI HABIBULLOH

**SKRPSI INI KUTUJUKAN KEPADA
SEMUA KELUARGA KAMI,
KHUSUSNYA ABI DAN IBU TERCINTA**

MOTTO

"Allah akan mengangkat derajat orang-orang yang beriman dan orang-orang yang
berilmu di antara kamu sekalian"

(QS. Al-Mujadalah: 11)

"Tanpa ilmu, amal itu tidak ada gunanya. Sedangkan ilmu tanpa amal adalah hal
yang sia-sia"

(Abu Bakar Asshidiq)

“Bantinglah otak untuk mencari ilmu sebanyak-banyaknya guna mencari rahasia
besar yang terkandung di dalam benda besar yang bernama dunia ini, tetapi
pasanglah pelita dalam hati sanubari, yaitu pelita kehidupan jiwa”

(Al-Ghazali)

"Dengan adanya budi pekerti, tiap-tiap manusia berdiri sebagai manusia merdeka
(berpribadi), yang dapat memerintah atau menguasai diri sendiri. Inilah manusia
beradab dan itulah maksud dan tujuan pendidikan dalam garis besarnya"

(Ki Hajar Dewantara)

“Ketika muda kita habisi dengan bermalas-malasan maka tua juga akan malas-
malasan lalu tak terasa besok mati, namun kalau kita banyak belajar dan banyak
analisis maka saat dia tua dia menang”

(BJ Habibie)

CURRICULUM VITAE

Nama : Ahmad Lutfi Habibulloh

NIM : 201869100051

Tempat dan Tanggal Lahir : Pasuruan, 21 September 2000

Pekerjaan : Mahasiswa

Pendidikan : SDN Sentul I (2006-2012)

MTs Darut Taqwa 02 (2012-2015)

MA Darut Taqwa (2015-2018)

Universitas Yudharta Pasuruan (2018-2022)

Pas Photo

3 x 4

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas, Harga, Layanan Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Repurchase intention Pada Bakso Pirang”. Proposal Skripsi ini di susun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menempuh ujian S1 pada program Studi Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Poltik Universitas Yudharta Pasuruan.

Dalam proses penusunan dan pendalaman materi pada proposal skripsi ini, tentunya penulis mendapatkan bimbingan, arahan, korelasi, saran dan motivasi yang sangat berharga bagi penulis. Oleh karena itu kesempatan penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Romo K. H. M. Sholeh Bahrudin selaku pengasuh Pondok Pesantren Ngalah.
2. Bapak DR. H. Agus Kholid Murtadho, SE, ME selaku Rektor Universitas Yudharta.
3. Ibu Dr. Any Urwatul Wustqo, S. Sos, M. AB selaku Dekan Program Studi Administrasi Bisnis.
4. Ibu Nur Ajizah, S. Sos, M. AB selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis.
5. Bapak Nur Rohmat Nuzil, S. Sos., M. AB selaku dosen pembimbing saya.

6. Segenap Dosen Administrasi Bisnis yang senantiasa membimbing dan mendidik saya dengan ilmu yang telah beliau berikan.
7. Bapak dan Ibu yang senantiasa mendoakan, mensupport, mengorbankan semuanya untuk saya dan tak pernah meremehkan hasil kerja saya.
8. Teman-teman seperjuangan angkatan Administrasi Bisnis 2018 yang sampai sekarang masih banyak membantu dan bersama-sama menempuh S1. Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Saya menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan proposal skripsi ini. Maka dari itu, saya berharap saran dan kritik yang sifatnya membangun.

Pasuruan,

Penulis,

AHMAD LUTFI HABIBULLOH

NIM. 201869100051

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
TANDA PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
MOTTO	v
CURRICULUM VITAE.....	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	ix
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II	11
2.1 Kajian Teoritis	11
2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	50
2.4 Kerangka Pemikiran	57
BAB III.....	59
3.1 Jenis Penelitian	59
3.2 Lokasi Penelitian	59
3.3 Populasi dan Sampel	60
3.4 Teknik Pengumpulan Data	63
3.5 Definisi Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	64

3.6 Teknik Analisis Data	70
BAB IV	81
4.1 Penyajian Data.....	81
4.2 Gambaran Umum Perusahaan	81
4.3 Gambaran Umum Responden.....	82
4.4 Uji Analisis Statistik Deskriptif	85
BAB V.....	127
PENUTUP.....	127
5.1 Kesimpulan.....	127
5.2 Saran	128
DAFTAR PUSTAKA	129

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu	48
Tabel 3.1: Skor Alternatif Jawaban	64
Tabel 3.2: Operasionalisasi Variabel	67
Tabel 4.1 Klassifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	83
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	84
Tabel 4.3 Klasifikasi Berdasarkan Pernah Membeli Bakso Pirang	85
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel X1	85
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel X2	86
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel X3	87
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel X4	88
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Z	89
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Y	90
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	91
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	92
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Model 1.....	93
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Model 2.....	93
Tabel 4.14 Hasil Uji Linieritas Jalur 1	95
Tabel 4.15 Hasil Uji Linieritas Jalur 2.....	95
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas Jalur 1.....	96
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas Jalur 2.....	97
Tabel 4.18 Hasil Uji Heterokedastisitas Jalur 1	97
Tabel 4.19 Hasil Uji Heterokedastisitas Jalur 2	98
Tabel 4.20 Hasil Analisis Jalur Model 1	99
Tabel 4.21 Perhitungan R Square.....	100
Tabel 4.22 Hasil Analisis Jalur Model 2	104
Tabel 4.23 Perhitungan R square	106
Tabel 4.24 Pengujian Langsung dan Tidak Langsung	111
Tabel 4.25 Koefisien Determinasi Model 1	118
Tabel 4.26 Koefisien Determinasi Model 2	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Model Hipotesis	38
Gambar 2.2: Model Hipotesis	39
Gambar 2.3: Model Hipotesis	40
Gambar 2.4: Model Hipotesis	41
Gambar 2.5: Model Hipotesis	42
Gambar 2.6: Model Hipotesis	43
Gambar 2.7: Model Hipotesis	44
Gambar 2.8: Model Hipotesis	45
Gambar 2.9: Model Hipotesis	46
Gambar 2.10: Model Hipotesis	47
Gambar 2.11: Model Penelitian Lutfi (2022).....	58
Gambar 3.1 Model Analisis Jalur 1.....	74
Gambar 3.2 Model Analisis Jalur 2.....	75
Gambar 3.3 Model Analysis Path (Lutfi 2022).....	76
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Model 1	94
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Model 2	94
Gambar 4. 3 Analisis Path Jalur 1.....	104
Gambar 4. 4 Analisis Path Jalur 2.....	110

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Keterangan	Hal
1	Kuesioner	133
2	Data Tabulasi Kuesioner	137
3	Hasil Analisis Statistik	142