

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, VARIASI PRODUK DAN LOKASI
TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN DI RUMAH MAKAN PAYAKUMBUAH CIBUBUR
JAKARTA TIMUR**

TUGAS AKHIR

Oleh:

NAYUDHA SHANDY

213402516144



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

2025

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, VARIASI PRODUK DAN LOKASI
TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN DI RUMAH MAKAN PAYAKUMBUAH CIBUBUR
JAKARTA TIMUR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh:

NAYUDHA SHANDY

213402516144



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

2025

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, VARIASI PRODUK DAN LOKASI
TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
DI RUMAH MAKAN PAYAKUMBUAH CIBUBUR
JAKARTA TIMUR**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 24 Januari 2025



Nayudha Shandy

NPM : 213402516144

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PERSEPSI HARGA, VARIASI PRODUK DAN LOKASI TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN PAYAKUMBUAH CIBUBUR JAKARTA TIMUR**


Nama Mahasiswa : **Nayudha Shandy**

Nomor Pokok : **213402516144**

Program Studi : **Manajemen**


Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir,


(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen,


(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Jakarta, 24 Januari 2025

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PERSEPSI HARGA, VARIASI PRODUK DAN LOKASI TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN PAYAKUMBUAH CIBUBUR JAKARTA TIMUR**

Nama Mahasiswa : **Nayudha Shandy**

Nomor Pokok : **213402516144**

Program Studi : **Manajemen**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

**Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,**

(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M)

Ketua Penguji,

Anggota/Penguji

(Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.M.)

(Dr. Elwisam, S.E., M.M)

**Mengetahui,
Dekan,**



(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M)

Jakarta : 27 FEBRUARI 2025

Tanggal Lulus:2025

ABSTRAK

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, VARIASI PRODUK DAN LOKASI TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN PAYAKUMBUAH CIBUBUR JAKARTA TIMUR”

Oleh : Nayudha Shandy

NPM : 213402516144

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.

Tujuan pada studi ini yaitu menganalisis pengaruh Persepsi Harga, Variasi Produk, serta Lokasi terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Payakumbuah Cibubur Jakarta Timur. Pelanggan Rumah Makan Payakumbuah Cibubur Jakarta Timur ialah populasi di studi ini. Teknik *purposive sampling* dipergunakan di studi ini untuk mengambil sampel, sejumlah 100 responden dijadikan sampel. Pengumpulan data dengan hasil kuesioner yang dibagi ke responden, dengan setiap pertanyaan diukur menggunakan skala *Likert*. Penelitian ini mempergunakan SEM PLS sebagai alat menganalisis dengan bantuan aplikasi *SmartPLS 4.0*. Temuan studi ini menyimpulkan ada pengaruh positif dan signifikan pada Persepsi Harga dan Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan, sementara Lokasi memengaruhi secara positif namun tidak signifikan Kepuasan Pelanggan, Persepsi Harga memengaruhi secara positif Minat Pembelian Ulang, sementara Variasi Produk dan Lokasi memengaruhi secara positif namun tidak signifikan Minat Pembelian Ulang, Kepuasan Pelanggan memengaruhi secara positif Minat Pembelian Ulang, Persepsi Harga dan Lokasi memengaruhi secara positif namun tidak signifikan Minat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan, sementara Variasi Produk memengaruhi secara positif Minat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Variasi Produk, Lokasi, Kepuasan Pelanggan, Minat pembelian ulang

ABSTRACT

“THE INFLUENCE OF PERCEPTIONS OF PRICES, PRODUCT VARIATIONS AND LOCATION ON REPURCHASE INTEREST THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AT PAYAKUMBUAH CIBUBUR RESTAURANT EAST JAKARTA”

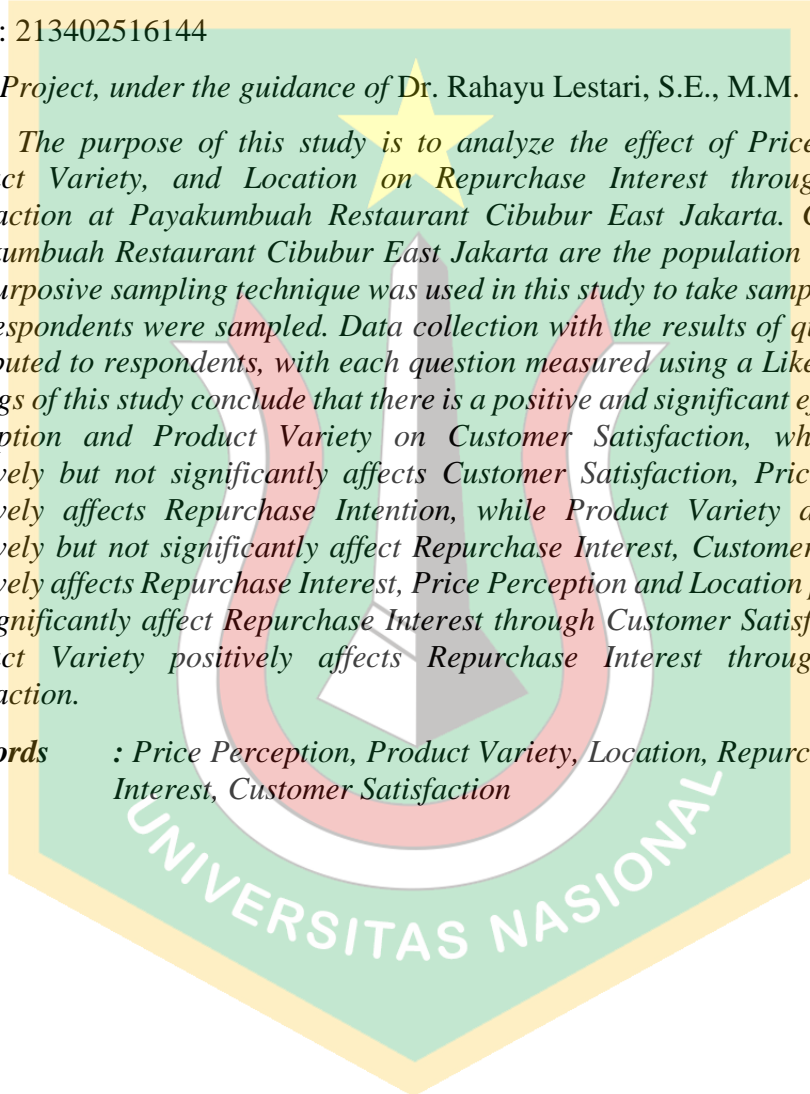
By : Nayudha Shandy

NPM : 213402516144

Final Project, under the guidance of Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.

The purpose of this study is to analyze the effect of Price Perception, Product Variety, and Location on Repurchase Interest through Customer Satisfaction at Payakumbuah Restaurant Cibubur East Jakarta. Customers of Payakumbuah Restaurant Cibubur East Jakarta are the population in this study. The purposive sampling technique was used in this study to take samples, a total of 100 respondents were sampled. Data collection with the results of questionnaires distributed to respondents, with each question measured using a Likert scale. The findings of this study conclude that there is a positive and significant effect on Price Perception and Product Variety on Customer Satisfaction, while Location positively but not significantly affects Customer Satisfaction, Price Perception positively affects Repurchase Intention, while Product Variety and Location positively but not significantly affect Repurchase Interest, Customer Satisfaction positively affects Repurchase Interest, Price Perception and Location positively but not significantly affect Repurchase Interest through Customer Satisfaction, while Product Variety positively affects Repurchase Interest through Customer Satisfaction.

Keywords : *Price Perception, Product Variety, Location, Repurchase Interest, Customer Satisfaction*



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, Variasi Produk dan Lokasi terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Payakumbuah Cibubur Jakarta Timur” dengan baik. Tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Penyusunan tugas akhir ini penulis tentunya mengalami hambatan, baik yang bersifat teknis maupun yang lainnya. Namun berkat dukungan, kerjasama, dorongan semangat dan bantuan dari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, rasa kasih sayang penulis, dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada: Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.S, selaku Rektor Universitas Nasional.

1. Bapak Dr. Drs. EL Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional dan juga selaku Dosen Pembimbing saya yang saya hormati, yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta telah bersedia membantu penyempurnaan kekurangan, memberikan solusi, dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M. selaku Sekertaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

6. Seluruh Dosen Universitas Nasional Khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar, serta kepada seluruh staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membantu dan memberikan informasi kepada penulis selama penyusunan Tugas Akhir.
7. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama menjadi mahasiswa FEB UNAS.
8. Kepada Ibu tercinta Eli Susilawati, terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Ibu tercinta. Ibu adalah alasan penulis bisa sampai sejauh ini. Doa, kasih sayang, dan dukungan yang beliau berikan tidak pernah berhenti, bahkan saat saya sendiri merasa ragu. Terima kasih sudah menjadi penyemangat utama, tempat saya pulang, dan sosok yang selalu membuat saya yakin bahwa semua ini layak diperjuangkan.
9. Kepada ayah saya Kusno, terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada Ayah tercinta. Ayah adalah sosok yang selalu menginspirasi saya untuk terus berusaha, bahkan ketika tantangan terasa begitu berat. Dukungan Ayah, baik dalam bentuk doa, nasihat, materi maupun semangat yang Ayah berikan, selalu menjadi kekuatan besar bagi saya. Terima kasih sudah menjadi teladan dan memberikan saya keyakinan bahwa kerja keras tidak akan pernah sia-sia.
10. Kepada adik saya, Keisya Dwinanindya yang selalu menanyakan saya kapan lulus dan menghibur penulis selama penyusunan skripsi ini.
11. Kepada teman seperjuangan penulis yaitu Rasid, Gema, Langgeng, Dimas, Galih, Umar, Alvin, Agus, Dandy, Bayu, Noril, Hafizh, dan Azwar yang selalu membantu dalam berbagai hal. Terimakasih juga atas kebersamaan kalian semua selama masa kuliah.
12. Kepada teman dekat seluruh anggota Himpunan Mahasiswa manajemen UNAS yang sudah memberikan banyak motivasi, kerjasama, dan semangat agar menyelesaikan masa studi bersama-sama.
13. Kepada teman-teman Manajemen angkatan 2021 yang telah berbagi ilmu, pengetahuan, pengalaman, serta cerita selama masa perkuliahan yang memiliki kesan untuk penulis.

14. Kepada teman-teman satu bimbingan saya terimakasih telah selalu memberikan dukungan dan memotivasi saya sehingga bisa melewati segala hambatan dan kesulitan selama mengerjakan skripsi ini.

15. Serta kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

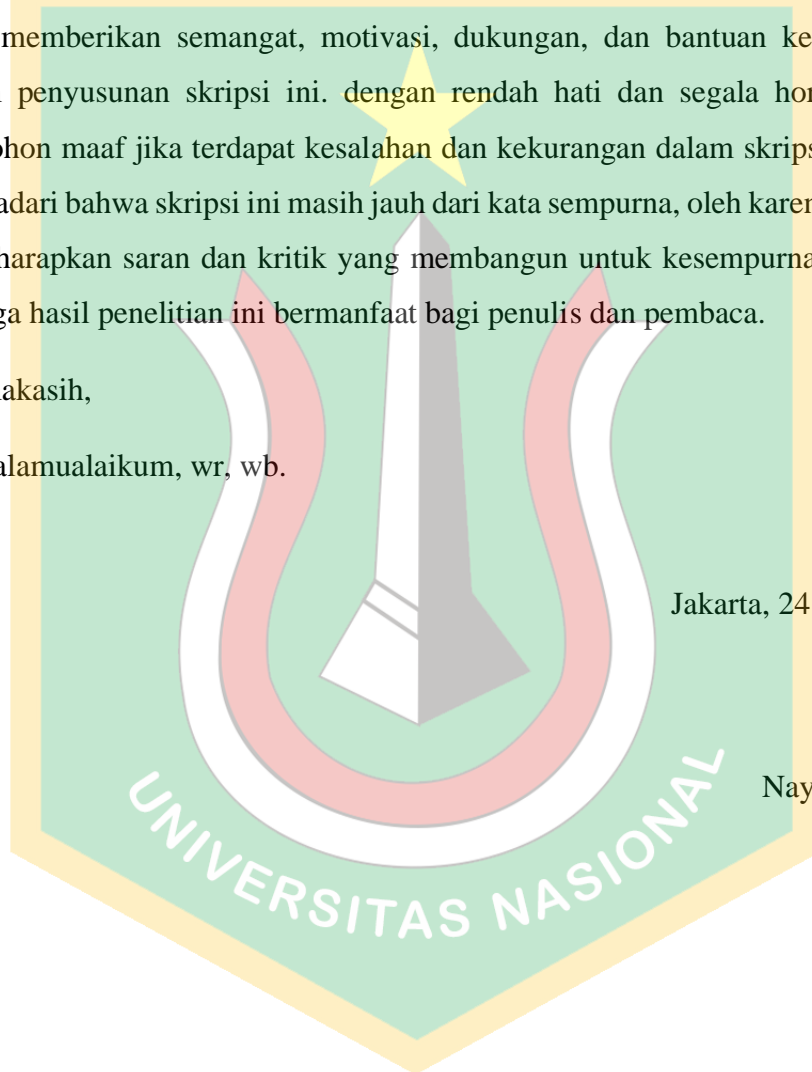
Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua yang telah memberikan semangat, motivasi, dukungan, dan bantuan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini. dengan rendah hati dan segala hormat, penulis memohon maaf jika terdapat kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini. penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk kesempurnaan karya ini. semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Terimakasih,

Wassalamualaikum, wr, wb.

Jakarta, 24 Januari 2025

Nayudha Shandy



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)

HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

ABSTRACT

DAFTAR RIWAYAT HIDUP i

KATA PENGANTAR ii

DAFTAR ISI v

DAFTAR TABEL viii

DAFTAR GAMBAR ix

DAFTAR LAMPIRAN x

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 4

C. Tujuan Penelitian 5

D. Kegunaan Penelitian 6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 7

A. Manajemen Pemasaran 7

1. Pengertian Manajemen Pemasaran 7

2. Strategi Pemasaran 7

3. Tujuan Manajemen Pemasaran 8

B. Minat Beli Ulang 8

1. Pengertian Minat Beli Ulang 8

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang 9

3. Indikator Minat Beli Ulang 9

C. Persepsi Harga 10

1. Pengertian Persepsi Harga 10

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga 11

3. Indikator Persepsi Harga 12

C. Variasi Produk 12

1. Pengertian Variasi Produk.....	12
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Variasi Produk.....	13
3. Indikator Variasi Produk	13
D. Lokasi.....	14
1. Pengertian Lokasi	14
2. Karakteristik Lokasi	15
3. Indikator Lokasi	15
E. Kepuasan Pelanggan	15
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	15
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	16
3. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	16
F. Hubungan Antar Variabel.....	17
1. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang	17
2. Pengaruh Variasi Produk terhadap Minat Beli Ulang	17
3. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli Ulang	18
4. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	18
5. Pengaruh Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	18
6. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	19
7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang.....	19
G. Penelitian Terdahulu.....	19
H. Kerangka Analisis.....	22
I. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Objek Penelitian	25
B. Data Penelitian.....	25
1. Sumber Data dan Jenis Data.....	25
2. Populasi dan Sampel	26
C. Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	27
1. Metode Pengumpulan Data	27
2. Alat Pengumpulan Data	27
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian	28
E. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	29
1. Metode Analisis.....	29
2. Analisis Deskriptif.....	30

3. Analisa <i>Outer Model</i>	31
4. Analisa <i>Inner Model</i>	32
5. Uji Hipotesis.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Hasil Penelitian	34
1. Deskripsi Data Penelitian	34
2. Deskripsi Karakteristik Responden	34
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	37
B. Pembahasan	55
1. Pengaruh variabel Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	55
2. Pengaruh variabel Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	56
3. Pengaruh variabel Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	56
4. Pengaruh variabel Persepsi Harga terhadap Minat Pembelian Ulang.....	57
5. Pengaruh variabel Variasi Produk terhadap Minat Pembelian Ulang.....	58
6. Pengaruh variabel Lokasi terhadap Minat Pembelian Ulang.....	59
7. Pengaruh variabel Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Pembelian Ulang 59	
8. Pengaruh variabel Persepsi Harga terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan	60
9. Pengaruh variabel Variasi Produk terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan	61
10. Pengaruh variabel Lokasi terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Research Gap	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Skala <i>Likert</i>	28
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melakukan Kunjungan dan Pembelian.....	36
Tabel 4. 5 Tabel Skor <i>Mean</i> Variabel Persepsi Harga (X1)	37
Tabel 4. 6 Tabel Skor <i>Mean</i> Variabel Variasi Produk (X2)	38
Tabel 4. 7 Tabel Skor <i>Mean</i> Variabel Lokasi (X3).....	39
Tabel 4. 8 Tabel Skor <i>Mean</i> Kepuasan Pelanggan (Z)	40
Tabel 4. 9 Tabel Skor <i>Mean</i> Variabel Minat Pembelian Ulang (Y)	41
Tabel 4. 10 <i>Outerloadings</i>	42
Tabel 4. 11 <i>Outerloadings</i>	44
Tabel 4. 12 <i>Discriminant Validity Fornell Larcker</i>	45
Tabel 4. 13 Validitas dan Reliabilitas	46
Tabel 4. 14 <i>R Square</i>	47
Tabel 4. 15 <i>Fit Model</i>	48
Tabel 4. 16 <i>Path Coefficient Total Effect</i>	49
Tabel 4. 17 <i>Indirect Effects</i>	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Analisis	23
Gambar 4. 1 Pola Jalur Pengolahan Data Pertama.....	42
Gambar 4. 2 Pola Jalur Pengolahan Data Kedua	43
Gambar 4. 3 Uji <i>Boothstrapping</i>	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	79
Lampiran 3 Output SmartPLS.....	84
Lampiran 4 Laporan Bimbingan.....	90
Lampiran 5 Hasil Turnitin.....	92

