

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
ATRIBUT PRODUK, DAN REPUTASI PERUSAHAAN
YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI ULANG KONSUMEN**



TESIS

oleh :

DICKY ZULKARNAIN

MANAJEMEN PEMASARAN

212510038

PROGRAM STUDI MANAJEMEN-S2

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS BINA DARMA

2023

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
ATRIBUT PRODUK DAN REPUTASI PERUSAHAAN
YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI ULANG KONSUMEN**



Tesis ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar
MAGISTER MANAJEMEN

oleh:

DICKY ZULKARNAIN

MANAJEMEN PEMASARAN

212510038

PROGRAM STUDI MANAJEMEN-S2

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS BINA DARMA

2023

Halaman Pengesahan Pembimbing Tesis

**Judul Tesis : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, ATRIBUT PRODUK
DAN REPUTASI PERUSAHAAN YANG MEMPENGARUHI
MINAT BELI ULANG KONSUMEN**

Oleh Dicky Zulkarnain NIM 212510038, Tesis ini telah Disetujui Untuk Diujikan
Dihadapan Tim Penguji Program Magister Manajemen Konsentrasi Manajemen
Pemasaran Pascasarjana Universitas Bina Darma

Palembang, 26 Agustus 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Pembimbing



Dr. Sulaiman Helmi SE., MM.

Dr. Sulaiman Helmi SE., MM.



Halaman Pengesahan Pengujian Tesis

Judul Tesis : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, ATRIBUT PRODUK
DAN REPUTASI PERUSAHAAN YANG MEMPENGARUHI
MINAT BELI ULANG KONSUMEN

Oleh Dicky Zulkarnain, NIM 212510038, Tesis ini telah disetujui dan disahkan oleh Pembimbing Program Studi Manajemen-S2 Manajemen Pendidikan Program Pascasarjana Universitas Bina Darma pada 02 September 2023 dan telah dinyatakan LULUS.

Palembang, 02 September 2023

Mengetahui,

Program Pascasarjana

Direktur,



Prof. Hj. Isnawijayani, M.Si., Ph.D.

Pengaji I,

Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M.

Pengaji II,

Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.M.

Pengaji III,

A large, stylized handwritten signature in black ink.

Dr. Dina Mellita, S.E., M.Ed

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DICKY ZULKARNAIN

NIM : 212510038

dengan ini menyatakan bahwa:

1. Tesis ini adalah asli dan belum Pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik (Magister, Sarjana, dan Ahli Madya) di Universitas Bina Darma;
2. Tesis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian Saya sendiri dengan arahan tim pembimbing;
3. dalam Tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukkan ke dalam daftar pustaka;
4. Karena yakin dengan keaslian Tesis ini, Saya menyatakan bersedia Tesis, yang Saya hasilkan di unggah ke internet;
5. Surat Pernyataan ini Saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terdapat penyimpangan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima sanksi dengan aturan yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 02 September 2023



DICKY ZULKARNAIN
NIM: 212510038

ABSTRAK

Studi ini menyelidiki pentingnya pengaruh kualitas layanan, atribut produk, dan reputasi perusahaan terhadap niat membeli kembali konsumen dalam konteks bisnis dan pemasaran. Tujuannya adalah untuk menganalisis bagaimana faktor-faktor tersebut berinteraksi dan mempengaruhi niat beli ulang konsumen. Metode penelitian ini melibatkan pengumpulan data melalui survei terhadap responden yang merupakan konsumen dari berbagai sektor industri. Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan statistik dan model regresi. Temuannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang konsumen, serta berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Selain itu, atribut produk juga mempunyai pengaruh yang kuat terhadap niat pembelian ulang konsumen dan berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat beli ulang konsumen.

Kesimpulannya, faktor kualitas pelayanan, atribut produk, dan reputasi perusahaan secara bersama-sama berperan penting dalam membentuk niat beli ulang konsumen. Temuan ini memberikan wawasan strategis bagi para praktisi dalam merancang strategi pemasaran yang fokus pada penguatan kualitas layanan, atribut produk yang menarik, dan citra perusahaan yang positif untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen dan mempertahankan pangsa pasar yang kompetitif.

**Kata kunci : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, ATRIBUT PRODUK
DAN REPUTASI PERUSAHAANYANG MEMPENGARUHI
MINAT BELI ULANG KONSUMEN**

ABSTRACT

This study investigates the importance of the influence of service quality, product attributes, and company reputation on consumer repurchase intentions in a business and marketing context. The aim is to analyze how these factors interact and influence consumer repurchase intention. This research method involves collecting data through surveys of respondents who are consumers from various industrial sectors. Data analysis was performed using a statistical approach and a regression model. The findings show that service quality has a significant effect on consumer repurchase intention, as well as a positive effect on company reputation. In addition, product attributes also have a strong impact on consumer repurchase intentions and have a positive effect on company reputation. Company reputation is proven to have a significant influence on consumer repurchase intention.

In conclusion, the factors of service quality, product attributes, and company reputation together play an important role in shaping consumer repurchase intention. These findings provide strategic insights for practitioners in designing marketing strategies that focus on strengthening service quality, attractive product attributes, and a positive company image to increase consumer repurchase interest and maintain a competitive market share.

Keywords: INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRODUCT ATTRIBUTES AND COMPANY REPUTATION THAT AFFECT CONSUMER BUYING INTEREST

MOTO DAN PERSEMBAHAN

"Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah
bekerja keras (untuk urusan yang lain)"

QS. Al-Insyirah ayat-7

Ku persembahkan untuk :

- ❖ Kedua orang tua ku tercinta
Papa H.Ali Kadir AD (Almarhum)
Mama Hj.Temu Habsyah
- ❖ Kedua mertuaku tercinta
Bapak H.Djauhari H.Sali
Ibu Hj. Usma Uriah
- ❖ Istriku tercinta dan tersayang
Dwi Apriani, ST
- ❖ Anak-anakku tercinta dan tersayang
Muhammad Alfath Kaysan Zulkarnain
Muhammad Alfaraby Zulkarnain
Muhammad Arsakha Abiyyu Zulkarnain
- ❖ Saudara-saudaraku terkasih

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Dicky Zulkarnain. ST.
Tempat tanggal Lahir : Palembang, 26 Oktober 1978
Jenis kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Status : Menikah
Alamat sekarang : JIn Pembangunan Rt.03 Rw.09 No.2448 Kelurahan Agung Kecamatan Ilir Barat I Palembang
Siring :
Telpon/hp : 0812 7355 364
E-Mail : keysan.aby.zulkarnain@gmail.com

Data Pendidikan

SD	: SD Negeri 68 Palembang	(1986 - 1992)
SMP	: SMP YSP Pusri Palembang	(1992 - 1995)
SMA	: SMA YPI Tunas Bangsa Palembang(1995 - 1998)	
D3	: Politeknik Negeri Sriwijaya	(1998 - 2001)
S1 2004)	: Universitas Sriwijaya	(2001 -

Hormat Saya,

Dicky Zulkarnain, ST.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis persembahkan kepada Allah swt atas rahmat dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tesis yang berjudul” Pengaruh Kulaitas Pelayanan, Atribut Produk dan Reputasi Perusahaan yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen di Perusahaan PT. Wijaya Karya Beton Tbk Wilayah Penjualan II Sumbagsel”.

Pada kesempatan ini, tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, nasihat, dan pemikiran dalam menyelesaikan tesis ini, terutama kepada:

1. Prof. Dr. Sunda Ariana, M.M., M.Pd. Rektor Universitas Bina Darma Palembang;
2. Prof. Hj. Isnawijayani, M.Si., Ph.D. Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Bina Darma Palembang;
3. Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M. Ketua Program Studi Manajemen S-2 Universitas Bina Darma Palembang;
4. Dr. Sulaiman Helmi, SE., M.M. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan Tesis ini;
5. Pihak Sekretariat Pascasarjana Universitas Bina Darma Palembang yang telah memberikan bimbingan pelayanan dengan baik;
6. Berbagai pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan serta berbagi pengalaman pada proses penyusunan Tesis ini.

Diharapkan Tesis ini dapat bermanfaat bagi yang membaca dan Civitas Akademika Universitas Bina Darma, khususnya di lingkungan Program Pascasarjana.

Palembang, 02 September 2023
Penulis

Dicky Zulkarnain, ST.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING TESIS	iii
PROPOSAL PENGESAHAN PENGUJI TESIS	iv
SURAT PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. 1 Latar Belakang.....	1
1. 2 Perumusan Masalah	7
1. 3 Tujuan Penelitian.....	8
1. 4 Kegunaan Penelitian	9
1. 5 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1. 6 Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL.....	11
2. 1 Minat Beli Ulang	11
2.1. 1 Pengertian Minat Beli Ulang	11
2.1. 2 Indikator Minat Beli Ulang	14
2. 2 Kualitas Pelayanan	15
2.2. 1 Pengertian Kualitas Pelayanan	15
2.2. 2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	20
2. 3 Reputasi Perusahaan	23

2.3. 1 Pengertian Reputasi Perusahaan.....	23
2.3. 2 Indikator Reputasi Perusahaan	24
2. 4 Atribut Produk	25
2.4. 1 Pengertian Atribut Produk.....	25
2.4. 2 Indikator Atribut Produk	27
2. 5 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang	28
2. 6 Pengaruh Atribut Produk terhadap Minat Beli Ulang	29
2. 7 Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Beli Konsumen	30
2. 8 ResUME Penelitian terdahulu	31
2. 9 Kerangka Pemikiran Teoritis	34
2. 10 Hipotesis dan Definisi Operasional Variabel	35
2.10. 1 Hipotesis.....	35
2.10. 2 Definisi Operasional Variabel	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3. 1 Objek dan Jadwal Penelitian.....	37
3. 2 Data Penelitian.....	37
3.2. 1 Jenis Data.....	37
3.2. 2 Sumber Data	37
3.2. 3 Populasi	38
3.2. 4 Sampel	39
3. 3 Definisi Operasional Variabel	39
3.3. 1 Variabel Bebas (Eksogen Variabel)	40
3.3. 2 Variabel Terikat (Endogen Variabel)	40
3.3. 3 Pengukuran Variabel	42
3. 4 Konsep dan Metode Penelitian yang Digunakan	42
3. 5 Metode Pengumpulan Data.....	43
3. 6 Teknik Analisis Data	43
3.6. 1 Analisis Partial Least Square.....	43

3.6. 2 Model Pengukuran Atau Outer Model	47
3.6. 3 Evaluasi Inner Model (Struktural Model)	50
3.6. 4 Pengujian Hipotesis	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4. 1 Gambaran Umum Responden.....	55
4.1. 1 Jenis Kelamin dan Usia	55
4.1. 2 Pendidikan	56
4.1. 3 Latar Belakang Perusahaan Pelanggan.....	57
4.1. 4 Pengalaman Pembelian Produk WIKA Beton.....	58
4. 2 Tingkat Variabel Kualitas Pelayanan, Reputasi Perusahaan, Atribut Produk Dan Minat Beli Ulang	59
4.2. 1 Tingkat Variabel Kualitas Pelayanan	59
4.2. 2 Tingkat Variabel Reputasi Perusahaan.....	61
4.2. 3 Tingkat Variabel Atribut Produk.....	62
4.2. 4 Tingkat Variabel Minat Beli Ulang.....	63
4. 3 Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan, Reputasi Perusahaan dan Atribut Produk terhadap Minat Beli Ulang	64
4.3. 1 Analisis Model Pengukuran (Outer Model)	64
4.3. 2 Analisis Korelasi Variabel Laten dan Akar AVE.....	72
4.3. 3 Hasil Analisis Cross Loading Indikator	73
4.3. 4 Evaluasi Model Struktural.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5. 1 Kesimpulan	85
5. 2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Indikator Kualitas Jasa	21
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 2. 3 Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 3. 1 Data Pelanggan PT WIKA Beton Tahun 2022.....	38
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	41
Tabel 3. 3 Skala Likert	42
Tabel 3. 4 Ringkasan Rule Of Thum Evaluasi Model Pengukuran-Refleksif	50
Tabel 3. 5 Ringkasan <i>Rule Of Thumb</i> Evaluasi Model Struktural	52
Tabel 4. 1 Tingkat Kualitas Pelayanan PT WIKA Beton Tbk.....	60
Tabel 4. 2 Tingkat Reputasi Perusahaan PT WIKA Beton Tbk	61
Tabel 4. 3 Tingkat Atribut Produk PT WIKA Beton Tbk.....	62
Tabel 4. 4 Tingkat Minat Beli Ulang PT WIKA Beton Tbk	63
Tabel 4. 5 Outer Loading, Composite Reliability dan Average Variance Extracted ...	66
Tabel 4. 6 Tabel Fornell dan Larcker	72
Tabel 4. 7 Tabel Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).....	73
Tabel 4. 8 Nilai Cross Loading	74
Tabel 4. 9 Nilai Variance Inflated Factor (VIF)	75
Tabel 4. 10 Tabel Pengujian Hipotesis (Pengaruh Langsung)	77
Tabel 4. 11 Nilai R Square	83
Tabel 4. 12 Tabel SRMR.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kapasitas Produksi Perusahaan Tahun 2015 - 2024.....	3
Gambar 1. 2 <i>Market Value</i> PT WIKA Beton Tahun 2014 - 2024	3
Gambar 1. 3 Perkembangan <i>Market Share</i> PT Wika Beton Wilayah Penjualan II.....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	34
Gambar 3. 1 Tahapan Analisis Menggunakan PLS-SEM	52
Gambar 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Gambar 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	56
Gambar 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	57
Gambar 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Perusahaan.....	58
Gambar 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	59
Gambar 4. 6 Nilai Faktor Loading dari Hasil Outer Model Awal.....	65
Gambar 4. 7 Output Nilai Path Coefficient dan P-Value Model.....	76