

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas produk Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening di UD. Rizqi Food Supplier Yogyakarta

Jeffri Nur Syahfudin

Program Studi manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

Email: [Jefrynursyahfudin@gmail.com](mailto:Jefrynursyahfudin@gmail.com)

**Abstract.** *This study aims to analyze the effect of service quality and product quality on repurchase intention with consumer satisfaction as an intervening variable at UD. Rizqi Food Supplier Yogyakarta. The impact of Covid-19 has caused a decrease in meat shipments, but extra services and promos during the pandemic have increased interest in repurchasing. After the pandemic, expansion into restaurants and hotels resulted in a significant increase in sales. The research sample consisted of 100 respondents. Data analysis used multiple regression and Sobel's test to test consumer satisfaction as an intervening variable. The results showed that service and product quality had a significant effect on consumer satisfaction and repurchase intention. However, customer satisfaction does not mediate the relationship between service quality and repurchase intention, as well as the relationship between product quality and repurchase intention. Improving the quality of services and products at UD. RizqiFood Supplier is expected to increase consumer satisfaction and encourage repurchasing interest. This is important for company management to retain loyal customers and achieve business success.*

**Keywords:** *Service Quality, Product Quality, Repurchase Intention, Consumer Satisfaction, UD. Rizqi Food Supplier*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap niat beli ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada UD. Supplier Makanan Rizqi Yogyakarta. Dampak Covid-19 menyebabkan penurunan pengiriman daging, namun pelayanan ekstra dan promo selama pandemi meningkatkan minat pembelian kembali. Pasca pandemi, ekspansi ke restoran dan hotel menghasilkan peningkatan penjualan yang signifikan. Sampel penelitian berjumlah 100 responden. Analisis data menggunakan regresi berganda dan uji Sobel untuk menguji kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan niat membeli ulang. Namun kepuasan pelanggan tidak memediasi hubungan antara kualitas layanan dan niat membeli kembali, serta hubungan antara kualitas produk dan niat membeli kembali. Meningkatkan kualitas pelayanan dan produk pada UD. RizqiFood Supplier diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong minat beli ulang. Hal ini penting bagi manajemen perusahaan untuk mempertahankan pelanggan setia dan mencapai kesuksesan bisnis.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Niat Beli Ulang, Kepuasan Konsumen, UD. Pemasok Makanan Rizqi

### PENDAHULUAN

Pariwisata di Yogyakarta sedang berkembang pesat dengan banyaknya pembangunan hotel baru berbagai tingkat bintang dan fasilitas. Permintaan dari wisatawan lokal dan mancanegara terus meningkat, mendorong pengusaha untuk membangun hotel dan restoran baru. Sebagai sumber pendapatan utama negara, pariwisata memberikan pemasukan melalui setiap objek wisata. Dukungan dari pemasok barang, seperti bahan baku daging dan ikan, penting untuk kelancaran operasional hotel, restoran, dan kafe di Yogyakarta.

UD. Rizqi *Food Supplier*, meskipun relatif baru, telah memperoleh banyak pelanggan tetap dan berupaya mencapai target pasar yang diinginkan. Kualitas produk yang memuaskan dari UD. Rizqi *Food Supplier* meningkatkan minat beli ulang. Pengiriman daging dari UD. Rizqi *Food Supplier* meningkat secara signifikan untuk memenuhi permintaan dari restoran dan hotel di Yogyakarta. Meskipun mengalami penurunan akibat pandemi COVID-19, UD. Rizqi *Food Supplier* tidak menyerah dan melakukan evaluasi. Dengan memberikan pelayanan ekstra dan promo menarik, minat beli ulang di UD. Rizqi *Food Supplier* meningkat. Setelah pandemi mereda, UD. Rizqi *Food Supplier* memperluas usaha ke beberapa restoran dan hotel, sehingga penjualan mengalami kenaikan yang signifikan.

Observasi awal menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan produk di UD. Rizqi *Food Supplier* awalnya tidak terlalu berpengaruh pada kepuasan konsumen dan minat beli ulang. Namun, setelah dilakukan penelitian dan observasi lebih lanjut ternyata ditemukan bahwa kualitas pelayanan dan produk yang diterapkan oleh UD. Rizqi *Food Supplier* sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen dan minat beli ulang.

Dari penerangan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di UD. Rizqi *Food Supplier* Yogyakarta”**.

## **KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS**

### **Minat Beli**

Minat beli adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek dan jasa atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek lainnya. Bila manfaat yang lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya maka dorongan untuk membeli semakin tinggi (Kotler & Keller, 2016: 181).

### **Minat Beli Ulang**

Minat beli ulang menunjukkan keinginan pembeli untuk melakukan kunjungan ulang dimasa yang akan datang. Perilaku pembelian ulang seringkali dikaitkan dengan loyalitas. Namun keduanya berbeda, perilaku pembelian ulang banya menyangkut pembelian ulang merek tertentu yang sama secara berulang-ulang, sedangkan loyalitas mencerminkan komitmen psikologis terhadap merek tertentu. Menurut Kotler & Keller (2016), minat beli ulang merupakan tindakan konsumen pasca pembelian, terjadinya kepuasan atau ketidakpuasan pasca pembelian konsumen terhadap suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya, jika konsumen puas maka akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli kembali produk tersebut.

### **Kepuasan Konsumen**

Setiap perusahaan yang memasarkan suatu produk berupa barang atau jasa selalu menginginkan konsumen atau konsumen merasa puas terhadap jasa yang ditawarkan. Menurut Kotler & Keller (2016), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang

setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen juga akan berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan operasional dari perusahaan itu sendiri. Secara umum ada 2 (dua) metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu item tunggal, dimana hasil dari hasil kepuasan menyeluruh setelah konsumen menggunakan produk- produk dengan item kepuasan tunggal. Item jamak, dimana pengukuran kepuasan individu dari produk-produk dengan skala umum dan menjumlahkan kepuasan menyeluruh.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi (2014:197) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah sebagai seluruh aktivitas yang berusaha mengkombinasikan nilai dari pemesanan, pemrosesan hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempercepat kerja sama dengan konsumen dengan segera. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler & Keller (2016:164), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan konsumen. Kualitas produk memiliki suatu ketertarikan bagi konsumen dalam mengelola hubungan yang baik dengan perusahaan penyedia produk. Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan konsumen akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi konsumen.

## **PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

**H<sub>1</sub>** : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen UD.

*Rizqi Food Supplier* Yogyakarta.

- H<sub>2</sub>** : Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen UD. Rizqi *Food Supplier* Yogyakarta.
- H<sub>3</sub>** : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang UD. Rizqi *Food Supplier* Yogyakarta.
- H<sub>4</sub>** : Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang UD. Rizqi *Food Supplier* Yogyakarta.
- H<sub>5</sub>** : Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang UD. Rizqi *Food Supplier* Yogyakarta.
- H<sub>6</sub>** : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening UD. Rizqi *Food Supplier* Yogyakarta.
- H<sub>7</sub>** : Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening UD. Rizqi *Food Supplier* Yogyakarta.

## **METODE PENELITIAN**

### **Sifat Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey, yaitu pengamatan dan penyelidikan secara kritis untuk mendapatkan keterangan yang tepat terhadap suatu persoalan dan obyek tertentu di daerah kelompok komunitas atau lokasi tertentu akan ditelaah (Ruslan, 2013). Jika dilihat dari tujuan penelitian, maka peneliti ini juga tergolong pada *explanatory research*, yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal, sebab-akibat antara variabel independen dengan variabel dependen, yaitu pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen UD. Rizqi *Food Supplier* Yogyakarta. Adapun Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* menurut Sugiyono (2020:131), yaitu teknik pengambilan sampling yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini menggunakan pertimbangan konsumen yang pernah melakukan pembelian ulang di UD. Rizqi *Food Supplier* Yogyakarta. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian

ini menggunakan rumus *Lemeshow*, dimana sampel yang digunakan dalam penelitian adalah sebesar 100 responden.

### **Sumber dan Pengumpulan Data**

Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumbernya (Sugiyono, 2020:194). Data diperoleh dari subyek penelitian ini yaitu para konsumen UD. Rizqi *Food Supplier* Yogyakarta. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner dapat disebut sebagai wawancara tertulis, karena isi kuesioner merupakan satu rangkaian pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden dan diisi sendiri oleh responden. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert 5 *point* yang dimulai dari Sangat Tidak Setuju (skor 1) sampai Sangat Setuju (skor 5).

### **Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini, digunakan metode analisis kuantitatif yang mengandalkan angka-angka dan menggunakan metode statistik yang didukung oleh program pengelolaan data statistik SPSS versi 20. Teknik analisis data yang digunakan adalah:

### **Uji Kualitas Data Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk menilai apakah suatu kuesioner sah atau valid. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan yang terdapat di dalamnya mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2021). Pengukuran validitas dapat dilakukan dengan menghubungkan skor dari setiap pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel yang diukur. Dasar pengambilan keputusan pada uji validitas adalah sebagai berikut: (1) jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid. (2) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid. (3) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  tetapi bertanda negatif, maka  $H_0$  akan tetap ditolak dan  $H_1$  diterima.

### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang mempunyai indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dinyatakan reliabel atau handal, jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2021). Uji reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha*  $> 0,60$  (Ghozali, 2021).

## **Uji Asumsi Klasik**

### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk memeriksa distribusi data dari variabel dependen dan variabel independen dalam model regresi bersifat normal atau tidak. Dalam model regresi yang baik, data diharapkan memiliki distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2021). Asumsi normalitas dapat dipenuhi apabila nilaiinya lebih besar dari 0,05 berdasarkan *Kolmogorov Smirnov Test*.

### **2. Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk mengidentifikasi ada tidaknya korelasi antara variabel independent dalam model regresi. Model regresi dikatakan baik apabila tidak memiliki korelasi signifikan diantara variabel independent setelah dianalisis dengan menggunakan *Variance Inflation Factor (VIF)*, apabila nilai dari VIF melebihi sepuluh, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat multikolinearitas dalam model tersebut.

### **3. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengevaluasi keberadaan varian yang berbeda dari residual atau observasi ke observasi lain dalam model regresi. Aspek yang diinginkan untuk mencapai model regresi yang baik yaitu varians residual tetap konsisten dari suatu observasi ke observasi lain yang disebut dengan homoskedastisitas (Ghozali, 2021). Aspek tersebut dapat diketahui menggunakan metode *Glejser* yaitu dengan melakukan regresi nilai residual absolut terhadap variabel independent, yang selanjutnya tingkat signifikansi uji dibandingkan dengan alpha sebesar 5%.

## **Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah suatu metode analisis yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi terkait mengenai variabel-variabel yang menjadi fokus penelitian (Heryanto, 2018). Tujuan dari analisis ini adalah untuk memberikan gambaran tentang suatu objek penelitian. Dalam statistik, analisis deskriptif menggunakan beberapa cara untuk mendeskripsikan suatu objek, seperti menghitung frekuensi, rata-rata, deviasi standar, nilai minimum, maksimum, dan jumlah data. Hasil dari analisis deskriptif dipresentasikan dalam bentuk tabel, grafik, diagram, *pictogram*, serta berdasarkan penjelasan kelompok data melalui nilai modus, median, dan mean. Berdasarkan hal tersebut, pada penelitian ini, analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran tentang variabel penelitian, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan konsumen, dan minat beli ulang.

## **Analisis Regresi Berganda**

Hubungan diantara lebih dari 2 variabel dapat diprediksi melalui regresi berganda

menggunakan *software* SPSS dengan dilakukan terlebih dahulu uji linearitas dan keberartian (Martono, 2014; Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini, analisis regresi digunakan untuk mengetahui hubungan secara langsung kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli ulang. hubungan secara langsung kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hubungan secara langsung kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang. hubungan secara tidak langsung kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen.

### **Pengujian Hipotesis**

#### **1. Uji Parsial (Uji t)**

Uji t bertujuan untuk mengevaluasi adanya pengaruh signifikan variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021). Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima, yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, yang menandakan adanya hubungan yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

#### **2. Uji Sobel**

Pengaruh tidak langsung variabel X ke Y melalui Z dapat diketahui dengan menggunakan uji Sobel (Ghozali, 2018). Suatu variabel disebut variabel intervening jika variabel tersebut mempengaruhi hubungan antar variabel independen dan variabel dependen.

#### **3. Uji F (Uji Simultan)**

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui pengaruh dari seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021). Hasil pada uji ini dapat diketahui dengan membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Apabila nilai F hitung besar daripada nilai F tabel, maka kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen.

#### **4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi merupakan angka yang menunjukkan tingkat kecenderungan yang menjelaskan variabel bebas terhadap variabel terikat dari fungsi tersebut. Pengaruh tersebut dapat diukur dengan menghitung koefisien determinasi (KD) dengan rumus berikut:

$$KD = r^2 \times 100$$

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Validitas**

Uji validitas ini dilakukan untuk mendapatkan data yang valid, yaitu data yang terkumpul terdapat kesamaan dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Hasil dari uji validitas ditentukan dengan cara membandingkan r- hitung dengan r-tabel, r-tabel pada penelitian kali ini didapatkan sebesar 0,1956. Berdasarkan nilai r-hitung pada masing-masing variabel, diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan konsumen, dan minat beli uang menunjukkan hasil yang valid dikarenakan masing-masing menghasilkan nilai r-hitung lebih besar daripada nilai r- tabel.

### **Uji Reliabilitas**

Hasil uji reliabilitas pada tabel 1 diperoleh menggunakan metode alpha cronbach dengan koefisien yang diukur akan beragam antara 0 hingga 1. Berdasarkan tabel 1, diketahui semua variabel baik variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen. dan minat beli ulang bersifat reliabel karena mempunyai nilai *alpha cronbach* > 0,50.

**Tabel 1. Hasil uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
	<b><u>Cronbach</u></b>	
Kualitas Pelayanan	0,884	Reliabilitas Baik
Kualitas Produk	0,847	Reliabilitas Baik
Kepuasan Konsumen	0,903	Reliabilitas Baik
Minat Beli Ulang	0,800	Reliabilitas Baik

Sumber : Olahan data SPSS, 2023

### **Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif digunakan untuk menerangkan karakteristik dan tanggapan responden terhadap variabel penelitian yang dilakukan dengan menganalisis jawaban dari responden terhadap variabel peneliti menggunakan metode rata-rata (*mean*) dan tabel distribusi frekuensi. Adapun alat ukur tanggapan responden terhadap variabel penelitian kali ini adalah 1,00 – 1,80 sangat rendah; 1,81 – 2,60 rendah; 2,61 – 3,40 cukup tinggi; 3,41 – 4,20 tinggi; 4,21 – 5,00 sangat tinggi. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan konsumen, dan minat beli ulang di UD. Rizqi Food Supplier pada kategori tinggi dengan nilai pada kisaran 3,41 hingga 4,20

### **Analisis Data**

## Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dengan uji statistik normal kolmogorof-Smirnov dilakukan pada kualitas pelayanan dan kulaitas produk terhadap kepuasan konsumen seperti pada tabel 2. Pada tabel tersebut, diketahui nilai signifikansi yang didapatkan sebesar 0.069. Nilai tersebut lebih besar dari  $\alpha$  (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

**Tabel 2.** Hasil Uji Normalitas I

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		<i>Unstandardized Residual</i>
		100
<b>Normal Parametersa</b>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.94120317
<b>Most Extreme Differences</b>	Absolute	.130
	Positive	.115
	Negative	-.130
	<b>Kolmogorov-Smirnov Z</b>	1.296
	<b>Asymp. Sig. (2-tailed)</b>	.069
<b>a. Test distribution is Normal.</b>		

Sumber : Olahan data SPSS, 2023

Selain itu, pada uji ini juga didapatkan nilai signifikansi dari uji normalitas kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen terhadap minat beli uang dengan nilai sebesar 0.633 yang lebih besar dari  $\alpha$  (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal seperti yang ditunjukkan pada tabel 3.

**Tabel 3.** Hasil Uji Normalitas II

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		<b>nstandar dized Residual</b>
<b>N</b>		100
<b>Normal Parameters<sup>a</sup></b>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.737874
<b>Most Extreme Differences</b>	Absolute	.06
	Positive	.075
	Negative	-.053
	<b>Kolmogorov-Smirnov Z</b>	.746
	<b>Asymp. Sig. (2-tailed)</b>	.633
<b>a. Test distribution is Normal.</b>		

Sumber : Olahan data SPSS, 2023

### 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas berdasarkan nilai dari VIF dan *tolerance*. Pada model kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen didapatkan nilai *tolerance* sebesar  $0,322 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $3,106 < 10$ . Sementara itu, pada model kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen terhadap minat ulang beli ditunjukkan pula bahwa nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ . Nilai *tolerance* dan VIF tersebut menunjukkan bahwa koefien regresi yang didapatkan tidak bersifat bias dan bersifat bermakna.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yang bertujuan ada atau tidaknya kesamaan varians residual dalam sebuah regresi. Pada model penelitian kualitas pelayanan dan kualitas produk didapatkan signifikansi secara berurutan sebesar 0,207 dan 0,558 yang keduanya lebih besar dari 0,05, sama halnya dengan model penelitian kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen terhadap minat ulang beli ditunjukkan pula bahwa nilai signifikansi pada masing-masing variabel secara berurutan sebesar 0,241; 0,530; dan 0,411. Kedua model pada penelitian ini menunjukkan hasil bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dikarenakan nilai signifikansi pada setiap variabel lebih besar dari 0,05.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi yang dikembangkan pada penelitian ini yaitu uji analisis regresi linier berganda kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang ditunjukkan pada tabel 4 serta uji analisis regresi linear berganda kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen terhadap minat beli uang pada tabel 4 dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta Z + e$$

3

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Instandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.714	1.532		2.424	.017
	X1	.210	.067	.287	3.160	.002
	X2	.596	.089	.609	6.704	.000

a. Dependent Variable: Z

**Tabel 4.** Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 1 Sumber : Olahan data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4, diketahui bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dan dijelaskan dalam penelitian ini sebesar ( $e_1$ ) 26%. Nilai dari kepuasan konsumen pada UD. Rizqi *Food Supplier* Yogyakarta ditunjukkan sebesar 3,714 dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk tidak mengalami perubahan (konstan). Sementara itu, berdasarkan tabel – dengan rumus yang berlaku dapat diketahui nilai dari konstanta sebesar 3,217 yang menunjukkan bahwa minat beli ulang pada UD. Rizqi *Food Supplier* Yogyakarta sebesar 3,217 dengan asumsi variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen tidak mengalami perubahan (konstan). Selain itu, diketahui pula bahwa koefisien regresi dari masing- masing kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen secara berurutan sebesar 0,231 dengan asumsi variabel kualitas produk ( $X_2$ ) dan kepuasan konsumen ( $Z$ ) tetap; 0,379 dengan catatan variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan konsumen ( $Z$ ) tetap; dan 0,324 dengan catatan variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) tetap. Nilai  $e_2$  sebesar 0,72 atau 72%. Hal ini berarti bahwa minat beli ulang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dan dijelaskan dalam penelitian ini sebesar 72%.

**Tabel 5.** Hasil Analisis Regresi Berganda 2

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Instandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.217	1.420		2.265	.026
	X1	.107	.063	.231	2.700	.012
	X2	.235	.097	.379	2.823	.017
	Z	.079	.091	.324	3.371	.031

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Olahan data SPSS, 2023

### Uji Hipotesis

#### 1. Uji t

Berdasarkan hasil dari uji statistik t, ditunjukkan bahwa variable pengaruh terhadap variabel terpengaruh terdapat pengaruh nyata secara individual dikarenakan masing-masing nilai sig. yang diperoleh kurang dari 0,05. Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di UD. Rizqi *Food Supplier* dengan nilai sig. masing-masing yaitu 0,002 dan 0,000. Sementara itu, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan

konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang di UD. Rizqi Food Supplier dengan nilai sig. masing-masing secara berurutan yaitu 0,012; 0,017; dan 0,031.

## **2. Uji Sobel**

Berdasarkan hasil perhitungan nilai statistik (*z-value*) pada uji sobel diketahui bahwa variabel intervening yaitu variabel kepuasan konsumen tidak berpengaruh nyata dengan ditunjukkan *z-value* lebih kecil dibandingkan dengan *t-table* dan nilai dari *p-value* lebih besar dari  $\alpha = 0,05$ . Sehingga, kualitas pelayanan terhadap minat beli uang dengan kepuasan konsumen serta kualitas produk terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen tidak berpengaruh nyata.

## **3. Uji F**

Pada penelitian ini dihasilkan bahwa variabel pengaruh secara bersama-sama mempengaruhi variabel terpengaruh yang diketahui berdasarkan nilai F hitung yang lebih besar dibandingkan dengan nilai dari F tabel baik pada persamaan 1 dan persamaan 2. Nilai F hitung pada kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (persamaan 1) dan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen terhadap minat beli (persamaan 2) secara berurutan yaitu 139,468 dan 29,812 dengan nilai F tabel sebesar 2,70. Model regresi yang digunakan juga menunjukkan kelayakan yang baik dengan nilai sig. lebih kecil daripada 0,05.

## **4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Hasil uji koefisien determinasi pada model penelitian pertama, kualitas pelayanan dan kualitas produk mampu memberikan pengaruh cukup kuat terhadap kepuasan konsumen dengan nilai dari  $R^2$  sebesar 0,742. Sementara itu, pada model penelitian kedua hanya diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,482 yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen tidak mampu memberikan pengaruh kuat terhadap minat beli ulang, hal ini dikarenakan lebih dari 50% pengaruh-pengaruh lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini yang berpengaruh terhadap minat beli ulang.

## **PENUTUP**

Berdasarkan hasil analisis data primer pada penelitian kali ini dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di UD. Rizqi *Food Supplier* secara signifikan. Hal tersebut membuktikan bahwa apabila kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan UD. Rizqi *Food Supplier* dapat memenuhi harapan, maka akan tercipta kepuasan konsumen. Selain itu, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap minat beli ulang di

UD. Rizqi *Food Supplier* secara signifikan. Hal tersebut membuktikan bahwa apabila kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen yang diberikan UD. Rizqi *Food Supplier* baik dan dapat diandalkan, maka akan menumbuhkan minat untuk menggunakan ulang. Pada penelitian ini juga dihasilkan bahwa variabel kepuasan konsumen tidak berpengaruh nyata dengan ditunjukkan *z-value* lebih kecil dibandingkan dengan *t-table* dan nilai dari *p-value* lebih besar dari  $\alpha = 0,05$ . Sehingga, kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen serta kualitas produk terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen tidak berpengaruh nyata.

## REFERENSI

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heryanto, Imam. (2018). *Path Analysis Menggunakan SPSS dan Excel*. Bandung: Penerbit Informatika. Kotler, Phillip, & Keller, Kevin Lane. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi ke-3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Martono, Nanang. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif : Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi dan Public Relations*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.