

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP MINAT BELI ULANG
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

(Studi Kasus: Pelanggan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa
Pontianak)

SKRIPSI



**YOSSA ARDIANSYAH
NIM. B1022181068**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2024**

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP MINAT BELI ULANG
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus: Pelanggan CV. Anugrah Bumi
Khatulistiwa Pontianak)**

SKRIPSI

OLEH:

YOSSA ARDIANSYAH

NIM. B1022181068

*Skripsi Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen*

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA**

2024

LEMBAR YURIDIS

Pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality* terhadap Minat Beli Ulang melalui
Customer Satisfaction sebagai variabel intervening
(Studi kasus: Pelanggan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak)

Penanggung Jawab Yuridis

Yossa Ardiansyah
B1022181068

Jurusan : Manajemen
Program Studi : S1 Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dinyatakan telah memenuhi persyaratan dan lulus oleh Majelis Penguji dalam
Ujian Skripsi dan Komprehensif untuk memperoleh gelar sarjana

Majelis Penguji	Nama	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
Pembimbing 1	Ilzar Daud, S.E., M.Si., Ph.D		
	NIP. 197208192000121001		
Pembimbing 2	Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si		
	NIP. 197305012003122001		
Penguji 1	Dr. Hj. Juniwati, S.E., M.P.		
	NIP. 196206031989032001		
Penguji 2	Hasanudin, S.E., M.M		
	NIP. 198410012023211017		

Pontianak,
Ketua Program Studi Manajemen

Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M
NIP.199205082019031006

PERNYATAAN BEBAS DAR PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yossa Ardiansyah
NIM : B1022181068
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality* terhadap Minat Beli Ulang melalui *Customer Satisfaction* sebagai variabel intervening. (Studi kasus: Pelanggan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul tersebut diatas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiasi dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan Pedoman Penulisan Karya Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Tahun 2024 (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan gelar kesarjanaan di Universitas Tanjungpura.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontiank, 24 November 2024

(Yossa Ardiansyah)
NIM. B1022181068

PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI

Saya yang betandatangani di bawah ini

Nama : Yossa Ardiansyah
NIM : B1022181068
Jurusan : Manajemen
Program Studi : S1 Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Tanggal Ujian : 19 November 2024
Judul Skripsi : Pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality* terhadap Minat Beli Ulang melalui *Customer Satisfaction* sebagai variabel intervening. (Studi kasus: Pelanggan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak)

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 24 November 2024

Yossa Ardiansyah
B1022181068

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality* terhadap Minat Beli Ulang melalui *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening (Studi pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak)”. Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana strata-1 pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun material. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Garuda Wiko, SH., M.Si, selaku Rektor Universitas Tanjungpura Pontianak.
2. Ibu Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
3. Bapak Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
4. Bapak Ilzar Daud, S.E., M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing Akademik sejak awal penulis menjadi mahasiswa baru dan telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan. Semoga bapak senantiasa diberikan kesehatan sehingga dapat terus berkarya dan memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Ibu Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si selaku Dosen Ahli yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan. Semoga Ibu senantiasa diberikan kesehatan sehingga dapat terus berkarya dan memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Ibu Dr. Hj. Juniwati, S.E., M.P. selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah memberikan banyak saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Hasanudin, S.E., M.M. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan banyak saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh jajaran Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
9. Para Staf Akademik PPAPK, Tata Usaha, Staf Perpustakaan Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak yang telah membantu

dalam administrasi selama penulis masih melaksanakan masa perkuliahan.

10. Kepada kedua orang tua penulis, Bapak Saryoko dan Ibu Sutarniati yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan, dan motivasi dalam segala hal di dalam hidup penulis.
11. Kakak penulis Yesi Nurma Jelita yang selalu memberikan bantuan doa, motivasi dan dukungan dalam segala hal dalam hidup penulis.
12. Terima Kasih kepada Inggit Septania Aurelia Bakri, S.M. yang telah menjadi tempat diskusi, tempat penulis meminta saran, memberikan motivasi dan senantiasa mendoakan penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima Kasih telah menjadi bagian dari orang-orang terpenting di dalam hidup penulis.
13. Teman-teman selama sekolah dan masa perkuliahan Manajemen kelas B Angkatan 2018 PPAPK yang telah mengisi hari-hari penulis selama sekolah dan perkuliahan. Tetap semangat dan sukses selalu untuk kalian.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah banyak mendukung dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Serta terima kasih kepada saya sendiri yang sudah berjuang dan tidak menyerah untuk setiap hal yang dilalui sejauh ini.

Penlis menyadari bahwa skripsi ini mesih jauh dari kata sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun pembahasan materi. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membuat penulis merasa terbantu. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Pontianak, 5 September 2024

Yossa Ardiansyah
B1022181068

**Pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality* terhadap Minat Beli Ulang
melalui *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening**
(Studi kasus: Pelanggan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak)

Yossa Ardiansyah

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji dan mengetahui bagaimana pengaruh *product quality* dan *service quality* terhadap minat beli ulang pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak melalui *customer satisfaction*. Penelitian ini dapat menggunakan pendekatan penelitian deskriptif dengan metode survei. Jenis penelitian pada penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif kausal yang menggunakan metode pengumpulan data melalui distribusi sebaran kuisioner menggunakan media *form* manual dan *google form*. Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh pelanggan pada CV. ABK dengan intensitas pembelian lebih dari tiga kali. Jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan diperoleh jumlah sampel sebesar 80 responden. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis jalur (*path analysis*) dan menggunakan *software SPSS for windows* versi 25.

Hasil penelitian membuktikan bahwa *product quality* dan *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*. *Product quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. *Service quality* dan *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap minat beli ulang. Sedangkan *Customer satisfaction* mampu memediasi pengaruh *product quality* dan *service quality* terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci: *Product Quality*, *Service Quality*, Minat Beli Ulang dan *Customer Satisfaction*.

***The Influence of Product Quality and Service Quality on Repurchase Intention
and Customer Satisfaction***

(Study on: Customer CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak)

Yossa Ardiansyah

ABSTRACT

This study aims to examine and understand how product quality and service quality affect repurchase intention at CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak through customer satisfaction. This research uses a descriptive approach with a survey method. The type of research is associative causal research, employing data collection through the distribution of questionnaires using both manual forms and Google Forms. The population of this study consists of all customers of CV. ABK with a purchase frequency of more than three times. The sample size is determined using purposive sampling, resulting in 80 respondents. The analysis method used is path analysis, with SPSS for Windows version 25.

The study findings indicate that product quality and service quality have a significant effect on customer satisfaction. Product quality does not significantly affect repurchase intention. Service quality and customer satisfaction do affect repurchase intention. Moreover, customer satisfaction effectively mediates the effect of product quality and service quality on repurchase intention.

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

RINGKASAN SKRIPSI

Pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality* terhadap Minat Beli Ulang melalui *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening

(Studi kasus: Pelanggan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak)

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis ritel mengalami perubahan dari sistem tradisional menuju sistem bisnis ritel yang modern termasuk yang mengalami perkembangan cukup signifikan adalah bisnis ritel pada produk obat-obatan herbal. Produk yang banyak dibutuhkan diantaranya adalah obat herbal masuk angin, obat herbal batuk, dan obat-obatan herbal sejenisnya. Tingkat persaingan di bidang tersebut cukup tinggi dalam menjual berbagai produk kesehatan dan daya tahan tubuh dengan keunggulan dari produk masing-masing. Bisnis ritel mulai berkembang dengan adanya pembukaan gerai-gerai baru di berbagai tempat. Pembukaan gerai baru menyebabkan semakin cepatnya perluasan produk atau jasa yang akan diperdagangkan sehingga persebaran ke konsumen akan meluas lebih cepat juga.

Persebaran wilayah pada bisnis ritel sangat membutuhkan peran dari distributor dengan memperbanyak stok dan memperluas jangkauan terhadap *retailer* hingga ke daerah terpencil sekali pun. Distributor memiliki peran untuk melakukan penyaluran pembelian dari pedagang besar kepada konsumen sebagai pembelian individu ataupun secara retail melalui sistem kanvas atau sistem *taking order*. Jenis barang yang dimiliki distributor cenderung bervariasi sehingga biasanya distributor melakukan pemilihan sesuai jenis barang sebelum mendistribusikannya. Penelitian dilakukan pada perusahaan yang bergerak sebagai distributor yaitu CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa (ABK) Pontianak mencakup kegiatan distribusi yang berjalan di bidang obat-obatan herbal konsumsi dan non konsumsi, seperti Antangin JRG, OB Herbal, *Fresh Care*, Madu TJ, Hotin Cream, dan lain-lainnya. CV. ABK mempunyai *customer* yang terdiri dari Apotek, Toko Obat, Toko Kelontong, *Freelance* dan Warung yang tersebar di berbagai daerah khususnya Kalimantan Barat. Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis khususnya perusahaan yang bergerak di bidang distributor tak terkecuali pada CV. ABK dimana memiliki pesaing yang menjual dengan produk dan operasional perusahaan yang serupa. Hal tersebut mengakibatkan CV. ABK membutuhkan strategi yang optimal sehingga dapat mencapai keunggulan dari pesaingnya. Tantangan yang dihadapi CV. ABK adalah untuk mendapatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan dalam melakukan pembelian ulang seiring dengan adanya pesaing lokal yang memiliki kualitas produk dan kualitas pelayanannya sendiri.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka dapat diketahui bahwa dengan ketatnya persaingan dalam bisnis ritel, sebuah perusahaan harus memberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan untuk

meningkatkan kepuasan konsumen yang dapat mendorong minat beli ulang pelanggannya sehingga dapat memberikan perusahaan tersebut mengungguli persaingan atas kompetitornya. Dengan adanya hal tersebut akan membuat konsumen menjadi loyal terhadap perusahaan dan membuat minat beli konsumen menjadi meningkat dan membuat konsumen nyaman dan merasa senang untuk membeli produk atau menggunakan jasa pada perusahaan CV. ABK sehingga dapat membuat perusahaan *sustainable* dalam persaingan yang pesat pada dunia bisnis ritel. Konsumen juga memberikan dampak kepada perusahaan yang sedang bersaing dalam dunia bisnis, dampaknya terjadi apabila perusahaan tidak dapat memberikan kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan yang diharapkan oleh konsumen, sehingga konsumen akan memutuskan minat beli ulang kepada perusahaan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh *product quality* terhadap *customer satisfaction* pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak.
2. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh *quality service* terhadap *customer satisfaction* pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak
3. Untuk menguji dan menganalisa *product quality* terhadap minat beli ulang pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak.
4. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh *service quality* terhadap minat beli ulang pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak.
5. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh *customer satisfaction* terhadap minat beli ulang pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak
6. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh *customer satisfaction* dalam memediasi pengaruh antara *product quality* terhadap minat beli ulang pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak.
7. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh *customer satisfaction* dalam memediasi pengaruh antara *service quality* terhadap minat beli ulang pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak.

1.4 Metode Penelitian

Bentuk penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan memperoleh data kuantitatif yang berlandaskan data yang konkrit. Penelitian ini juga termasuk kedalam jenis penelitian kuantitatif asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini dilakukan terhadap pelanggan loyal pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak. Pelanggan loyal yang dimaksud ialah pelanggan yang melakukan pemesanan produk secara rutin dan berkala.

Adapun waktu penelitian yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian kurang lebih selama 6 bulan dimulai dari awal penyusunan proposal hingga penyelesaian hasil dari penelitian. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan, jumlah populasi pada penelitian sejumlah 400 pelanggan yang merupakan seluruh pelanggan aktif pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak selama beberapa tahun terakhir. Berdasarkan pengambilan sampel

menggunakan teknik *purposive sampling*, diperoleh jumlah sampel sebanyak 80 pelanggan aktif yang melakukan pembelian di CV. ABK. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, survei dan kuesioner berbasis online dengan menggunakan *goggle form* dengan skala likert. Pengujian dilakukan dengan menganalisis uji instrumental, uji analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan uji analisis jalur/*path analysis* dengan menggunakan SPSS versi 25.

1.5 Hipotesis

1. *Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak.
2. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak.
3. *Product Quality* secara positif tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada pelanggan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak.
4. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada pelanggan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak
5. *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada pelanggan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak.
6. *Product Quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli Ulang Melalui *Customer Satisfaction* sebagai variabel intervening pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak
7. *Service Quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli Ulang Melalui *Customer Satisfaction* sebagai variabel intervening CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak.

1.6 Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan dalam kuesioner ini valid dan reliabel. Uji asumsi klasik data yang didapatkan adalah normal dan memiliki hubungan yang linier sehingga tidak terdapat korelasi pada variabel bebas. Berdasarkan uji t dan uji analisis jalur terdapat enam hipotesis yang diterima H1,H2,H4,H5,H6,H7 dan terdapat satu hipotesis yang ditolak yaitu H3.

1.7 Kesimpulan dan Saran

Product Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak. *Product Quality* secara positif tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada pelanggan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada pelanggan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak. *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada pelanggan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak. *Product Quality* berpengaruh signifikan dan positif

terhadap Minat Beli Ulang Melalui *Customer Satisfaction* sebagai variabel intervening pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak, *Service Quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli Ulang Melalui *Customer Satisfaction* sebagai variabel intervening CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak.

Hasil penelitian yang telah dilakukan dapat merekomendasikan yang dapat diimplementasikan perusahaan untuk meningkatkan minat beli ulang dengan meningkatkan kualitas produk dan layanan serta kepuasan pelanggan. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah perusahaan dapat melanjutkan eksplorasi mengenai bagaimana *product quality* dan *service quality* secara bersama-sama dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang akan berdampak juga dalam mempengaruhi minat beli ulang.

DAFTAR ISI

LEMBAR YURIDIS	ii
PERNYATAAN BEBAS DAR PLAGIAT	iii
PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.2.1. Pernyataan Permasalahan.....	7
1.2.2. Pertanyaan Penelitian	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Kontribusi Penelitian	9
1.5. Gambaran Kontekstual Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Landasan Teori	14
2.1.1. Bisnis Ritel	14
2.1.2. Minat Beli Ulang.....	14
2.1.3. <i>Product Quality</i> (Kualitas Produk)	15
2.1.4. <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan).....	18
2.1.5. <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan)	20
2.2. Kajian Empiris.....	22
2.3. Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian	29
2.3.1 Hubungan antara <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	29
2.3.2 Hubungan antara <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	30
2.3.3 Hubungan antara <i>Product Quality</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	30
2.3.4 Hubungan antara <i>Service Quality</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	31
2.3.5 Hubungan antara <i>Customer Satisfaction</i> terhadap Minat Beli Ulang .	31

2.3.6	Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> dalam memediasi <i>Product Quality</i> terhadap Minat Beli Ulang	32
2.3.7	Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> dalam memediasi <i>Service Quality</i> terhadap Minat Beli Ulang	32
BAB III METODE PENELITIAN.....		34
3.1.	Bentuk Penelitian	34
3.2.	Tempat dan Waktu Penelitian	34
3.3.	Data Penelitian	34
3.4.	Populasi dan Sampel	35
3.4.1	Populasi Penelitian	35
3.4.2.	Sampel Penelitian.....	36
3.5.	Variabel Penelitian	38
3.6.	Metode Analisis.....	43
3.6.1.	Analisis Statistik Deskriptif	43
3.6.2.	Uji Instrumen	43
3.6.3.	Uji Asumsi Klasik	45
3.6.4.	Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1.	Hasil Penelitian.....	49
4.1.1	Gambaran Umum tentang Perusahaan	49
4.2.	Hasil Uji Instrumental	49
4.2.1.	Uji Validitas	49
4.2.2.	Uji Reliabilitas	50
4.3.	Hasil Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	51
4.3.1.	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia.....	51
4.3.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.3.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	52
4.3.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.3.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	53
4.3.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	54
4.3.7.	Hasil Analisis Deskriptif Perilaku Responden	55
4.4.	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel	56
4.4.1.	Tanggapan Responden Variabel <i>Product Quality</i> (X1).....	56
4.4.2.	Variabel <i>Service Quality</i> (X2).....	59
4.4.3.	Variabel Minat Beli Ulang (Y)	61

4.4.4.	Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Z)	63
4.5.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	65
4.5.1.	Uji Normalitas.....	65
4.5.2.	Uji Linieritas	66
4.5.3.	Uji Multikolinieritas.....	69
4.6.	Hasil Uji Hipotesis	70
4.6.1.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	70
4.6.2.	Uji F (Uji Kelayakan Model).....	71
4.6.3.	Uji t (Parsial).....	72
4.6.4.	<i>Path Analysis</i> (Analisis Jalur).....	75
4.7.	Pembahasan	78
4.7.1.	<i>Product Quality</i> berpengaruh secara signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i> CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak.....	78
4.7.2.	<i>Service Quality</i> berpengaruh secara signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i> CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak.....	79
4.7.3.	<i>Product Quality</i> berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak	80
4.7.4.	<i>Service Quality</i> berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak	81
4.7.5.	<i>Customer Satisfaction</i> berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak.....	82
4.7.6.	<i>Customer Satisfaction</i> dapat memediasi <i>Product Quality</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	83
4.7.7.	<i>Customer Satisfaction</i> dapat memediasi <i>Service Quality</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	85
BAB V	PENUTUP.....	87
5.1.	Simpulan.....	87
5.2.	Rekomendasi Penelitian	87
DAFTAR	PUSTAKA	90
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Data Tahun Penjualan CV. ABK 2020-2023.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Daftar Sampel Penelitian	37
Tabel 3. 2 Tabel Operasional Variabel Penelitian	39
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4. 3 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	51
Tabel 4. 4 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4. 5 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	52
Tabel 4. 6 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 4. 7 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	54
Tabel 4. 8 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian	54
Tabel 4. 9 Hasil Distribusi Alasan Customer Bertransaksi di CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak	55
Tabel 4. 10 Hasil Tanggapan Responden Variabel Product Quality	56
Tabel 4. 11 Hasil Tanggapan Variabel Service Quality.....	59
Tabel 4. 12 Hasil Tanggapan Variabel Minat Beli Ulang.....	61
Tabel 4. 13 Hasil Tanggapan Variabel Customer Satisfaction	63
Tabel 4. 14 Hasil Persamaan Uji Normalitas Pertama.....	65
Tabel 4. 15 Hasil Persamaan Uji Normalitas Kedua.....	66
Tabel 4. 16 Hasil Uji Linieritas Product Quality dan Customer Satisfaction	67
Tabel 4. 17 Hasil Uji Linieritas Service Quality dan Customer Satisfaction.....	67
Tabel 4. 18 Hasil Uji Linieritas Product Quality dan Minat Beli Ulang.....	68
Tabel 4. 19 Hasil Uji Linieritas Service Quality dan Minat Beli Ulang	68
Tabel 4. 20 Hasil Uji Linieritas Customer Satisfaction dan Minat Beli Ulang.....	69
Tabel 4. 21 Hasil Uji Multikolinieritas Persamaan Pertama.....	69
Tabel 4. 22 Hasil Uji Multikolinieritas Persamaan Kedua	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Produk Deltomed.....	11
Gambar 1. 2. Produk Marguna.....	11
Gambar 1. 3. Produk Ultra Sakti.....	12
Gambar 2. 1. Krangka Konseptual.....	33
Gambar 3. 1. Diagram Jalur Penelitian.....	48
Gambar 4. 1. Diagram Hasil Analisis Jalur Persamaan Pertama.....	75
Gambar 4. 2. Diagram Hasil Analisis Jalur Persamaan Kedua.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran 2: Data Penelitian.....	99
Lampiran 3: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	112
Lampiran 4: Hasil Uji Asumsi Klasik.....	118
Lampiran 5: Hasil Uji Hipotesis	122
Lampiran 6: Dokumentasi Penelitian.....	124

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara berkembang mengalami pertumbuhan ekonomi yang signifikan disokong oleh berbagai aktivitas perekonomian di berbagai sektor. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia dari triwulan I (2024) dengan triwulan I (2023) mengalami peningkatan hingga 5,11 persen pertahunnya. Tingkat pertumbuhan ini dapat dijadikan sebagai suatu pertanda baik bagi suatu negara, namun tetap harus diperhatikan lebih lanjut agar dapat dipertahankan dan tidak mengalami penurunan. Saat ini salah satu bisnis yang sangat memiliki peluang besar yaitu bisnis ritel sehingga dengan kondisi tersebut mengharuskan pebisnis untuk teliti dengan kondisi perekonomian dimasa yang akan datang seiring dengan kemungkinan keadaan yang sangat baik untuk kedepannya. Bisnis ritel memiliki perkembangan yang baik dan strategis di Indonesia. Bisnis ritel ini bergerak secara kompetitif sehingga para pebisnis ritel harus memikirkan strategi yang tepat guna menciptakan peluang yang maksimal untuk mencapai penjualannya dan memenangkan persaingan. Bisnis ritel merupakan aktivitas bisnis yang melibatkan penjualan barang atau jasa yang di perdagangan kepada konsumen.

Perkembangan bisnis ritel mengalami perubahan dari sistem tradisional menuju sistem bisnis ritel yang modern termasuk yang mengalami perkembangan cukup signifikan adalah bisnis ritel pada produk obat-obatan herbal. Produk yang banyak dibutuhkan diantaranya adalah obat herbal masuk angin, obat herbal batuk, dan obat-obatan herbal sejenisnya. Tingkat persaingan di bidang tersebut cukup tinggi dalam menjual berbagai produk kesehatan dan daya tahan tubuh dengan keunggulan dari produk masing-masing. Menurut Rustam (2022), dalam penelitiannya mengatakan bahwa dengan bertambahnya teknologi dan berkembangnya dunia farmasi dari yang menggunakan bahan tradisional atau herbal maupun yang berbahan baku kimia, obat-obatan berbahan kimia lebih cenderung diminati oleh masyarakat. Hal tersebut mengakibatkan obat-obatan

berbahan herbal akan terancam dan eksistensi penggunaannya akan terus menurun sehingga diperlukan upaya yang sangat kompetitif agar mampu bersaing dan bertahan di pasar globalisasi. Bisnis ritel mulai berkembang dengan adanya pembukaan gerai-gerai baru di berbagai tempat. Pembukaan gerai baru menyebabkan semakin cepatnya perluasan produk atau jasa yang akan diperdagangkan sehingga persebaran ke konsumen akan meluas lebih cepat juga. Persebaran wilayah pada bisnis ritel sangat membutuhkan peran dari distributor dengan memperbanyak stok dan memperluas jangkauan terhadap *retailer* hingga ke daerah terpencil sekali pun. Distributor memiliki peran untuk melakukan penyaluran pembelian dari pedagang besar kepada konsumen sebagai pembelian individu ataupun secara retail melalui sistem kanvas atau sistem *taking order*. Jenis barang yang dimiliki distributor cenderung bervariasi sehingga biasanya distributor melakukan pemilihan sesuai jenis barang sebelum mendistribusikannya. Namun dalam pendistribusian berdasarkan pasarnya, pemasaran obat-obatan herbal juga mengalami kendala seperti rendahnya minat penggunaan unit pelayanan kesehatan formal seperti Puskesmas, Rumah Sakit ataupun Poliklinik dikarenakan masih adanya anggapan bahwa obat-obatan herbal merupakan produk inferior atau kelas rendah (Rustam, 2022).

Penelitian yang dilakukan menggunakan studi kasus pada perusahaan yang bergerak sebagai distributor yaitu CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa (ABK) Pontianak mencakup kegiatan distribusi yang berjalan di bidang obat-obatan herbal konsumsi dan non konsumsi, seperti Antangin JRG, OB Herbal, *Fresh Care*, Madu TJ, Hotin Cream, dan lain-lainnya. CV. ABK mempunyai *customer* yang terdiri dari Apotek, Toko Obat, Toko Kelontong, *Freelance* dan Warung yang tersebar di berbagai daerah khususnya Kalimantan Barat. Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis khususnya perusahaan yang bergerak di bidang distributor tak terkecuali pada CV. ABK dimana memiliki pesaing yang menjual dengan produk dan operasional perusahaan yang serupa. Hal tersebut mengakibatkan CV. ABK membutuhkan strategi yang optimal sehingga dapat mencapai keunggulan dari pesaingnya. Seiring dengan bertambahnya kesadaran masyarakat mengenai kesehatan dan kecenderungan untuk menemukan solusi terbaik yaitu menggunakan

solusi obat-obatan berbasis herbal sehingga perusahaan distribusi obat herbal harus fokus dalam mendapatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan dalam melakukan pembelian ulang seiring dengan adanya pesaing lokal yang memiliki kualitas produk dan kualitas pelayanannya sendiri. Tantangan yang dihadapi CV. ABK adalah untuk mendapatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan dalam melakukan pembelian ulang seiring dengan adanya pesaing lokal yang memiliki kualitas produk dan kualitas pelayanannya sendiri.

Kualitas produk merupakan salah satu factor fundamental yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan minat beli ulang pelanggan. Zhang et.al (2019) membuktikan pada penelitiannya bahwa kualitas produk yang konsisten adalah aspek yang sangat mempengaruhi persepsi kualitas produk. Adapun upaya yang dapat dilakukan ialah dengan meningkatkan minat beli ulang pelanggan melalui peningkatan kepuasan pelanggan yang dapat diukur dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang meningkat pula (Rizkina, 2022). Upaya tercapainya minat beli ulang yang tinggi pada suatu perusahaan khususnya pada perusahaan distributor adalah dengan memperhatikan *product quality* atau kualitas produk. Berdasarkan pernyataan dari Halim & Iskandar (2019), kualitas produk merupakan keterkaitan suatu produk dengan kemampuannya dalam memenuhi fungsinya baik dari segi produk secara keseluruhan, kesesuaian, kegunaan dan nilai penting lainnya. Penelitian lainnya yaitu menurut Surya & Kurniawan (2021) kualitas produk dapat mempengaruhi hasil yang baik atau signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil tersebut menyimpulkan bahwa hasil yang baik dari kualitas produk akan memberikan dampak yang positif terhadap kepuasan konsumen. Menurut Revan, H., Reni & Irda (2021), kualitas produk memiliki hubungan yang dapat memberikan produk berjalan sesuai dengan fungsinya, kendalan, ketepatan, keseluruhan produk, kemudahan pengoperasian dan perbaikan yang bernilai. Kualitas produk yang berkualitas tinggi tidak hanya berkenaan dengan efektivitas dan keamanan suatu produk, namun juga mengenai konsistensi dalam produksi setiap *batch* produksi. Pelanggan mengharapkan produk herbal yang tidak sekedar memenuhi standar kesehatan, namun juga memberikan manfaat yang dapat dipercaya. CV. ABK sebagai perusahaan distribusi obat-obatan herbal menjadikan

product quality sebagai salah satu kunci meningkatkan daya minat beli ulang pelanggan dikarenakan tidaklah yang dilihat selain khasiat dan kualitas pada produk khususnya obat-obatan herbal dan memastikan produk yang ditawarkan telah teruji dan terbukti efektif serta tidak berbahaya.

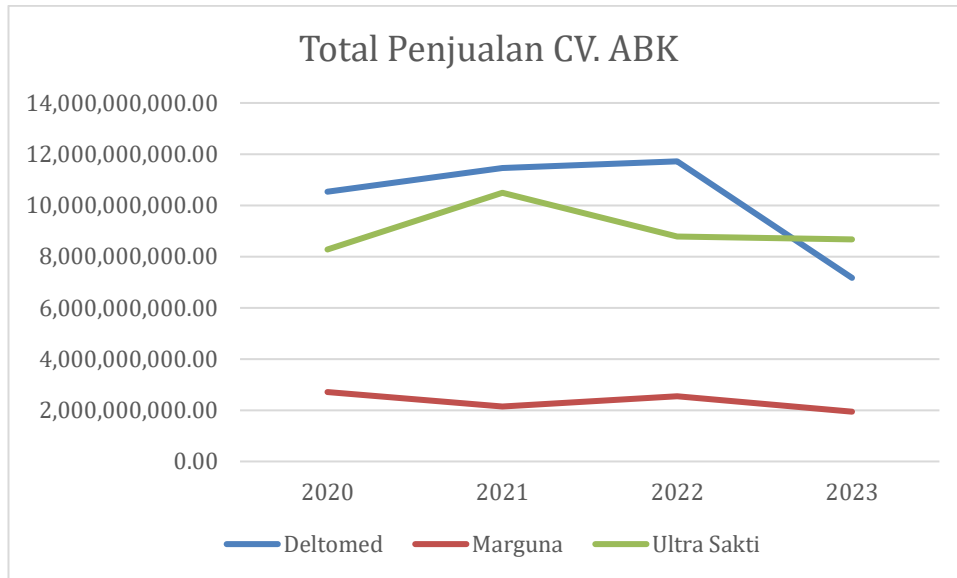
Faktor lainnya untuk tercapainya minat beli ulang yang tinggi dengan optimalnya *service quality* yang diberikan kepada pelanggan sehingga dapat memenuhi pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan dalam dunia bisnis menunjukkan adanya kesesuaian antara secara rinci dalam suatu produk. Kualitas pelayanan dapat diukur jika konsumen juga memperoleh apa yang diinginkan beserta pemenuhan layanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan dapat memberikan hasil yang baik apabila terdapat konsumen yang melakukan transaksi ulang atau pembelian ulang (Raswendo, 2018). Berdasarkan penelitian oleh Singh et al (2020) ditemukan bahwa kualitas pelayanan dapat memperbaiki persepsi pelanggan terhadap produk, akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong pembelian ulang pelanggan. Menurut Arianto (2018), kualitas pelayanan diibaratkan sebagai jantung yang bertujuan untuk memenuhi keperluan dan permintaan, dengan adanya tanggung jawab terhadap waktu juga dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Kasmir (2017), definisi kualitas pelayanan adalah upaya seseorang yang memiliki tujuan kepada pelanggan, sehingga akan adanya rasa puas terhadap pelanggan. Menurut Aria dan Atik (2018), adapun komponen dalam kualitas pelayanan yaitu memiliki titik tengah untuk perusahaan, sehingga dapat memberikan dampak kepada kepuasan konsumen apabila kualitas pelayanan yang dilakukan memiliki dampak yang baik.

CV. ABK tidak hanya perusahaan yang mengandalkan dalam menjual produk, melainkan juga memberikan sistem penjualan dengan penyediaan jasa/layanan. Jasa atau layanan yang diberikan akan menjadi faktor dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan minat beli ulang dikarenakan memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi jual-beli serta memenuhi keinginan dan ekspektasi pelanggan. Penelitian oleh Liu et al (2021) menyatakan bahwa *customer satisfaction* dapat berperan sebagai mediator yang krusial dalam hubungan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang. *Customer*

Satisfaction juga dibutuhkan sebagai faktor dalam meningkatnya pembelian ulang. Adapun definisi menurut Kotler Nurdiana & Oktafani (2021) kepuasan konsumen adalah kepuasan atau kecewanya pelanggan atas kinerja yang muncul terhadap kinerja yang disesuaikan. Menurut Saputra et al (2022) kepuasan pelanggan memiliki harapan kinerja yang berbeda sehingga dapat memberikan dampak kepada pelanggan dalam melakukan pembelian terhadap produk ataupun jasa. Menurut Saputra et al (2022), kepuasan pelanggan dapat dijadikan sebagai atribut sebagai barang yang menyangkutkan dengan kemampuan agar pembeli merasakan kepuasannya. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Vista (2018) mengenai kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang. Menurut Saputra et al (2022), kepuasan pelanggan merupakan selisih antara kenyataan dengan harapan sehingga kepuasan pelanggan yang dapat menciptakan hubungan antar pelanggan menjadi selaras.

Kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang telah diuraikan sebelumnya memiliki tujuan yang sama yaitu bertujuan untuk meningkatkan minat beli ulang pelanggan yang dapat menghasilkan dampak yang dapat membantu perusahaan terutama di bidang bisnis ritel. Kesuksesan dan keberhasilan dalam sebuah ritel dapat ditandai dengan adanya pembelian ulang dari pelanggan yang dapat diukur dan dilihat dari besarnya minat beli ulang yang dilakukan oleh pelanggan. Selain itu, kemampuan suatu perusahaan untuk bertahan didalam persaingan yang pesat juga menjadi titik keberhasilan suatu bisnis ritel khususnya yang bergerak di bidang distribusi. Oleh karena itu, minat beli ulang dapat dijadikan perusahaan sebagai strategi utama dalam mencapai tujuan perusahaan dalam meningkatkan laba perusahaan dan cara memprediksi perilaku minat beli ulang pelanggan tersebut Adijaya (2020).

Gambar 1. 1.
Data Tahun Penjualan CV. ABK 2020-2023



Sumber: Data Sekunder CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak

Berdasarkan Tabel 1.1 merupakan data penjualan CV. ABK Pontianak dengan pembelian yang besar dan secara berturut-turut pada tahun 2020-2023 yang membuktikan bahwa CV. ABK Pontianak memiliki pelanggan yang melakukan pembelian ulang secara berkala, namun diketahui bahwa tingkat penjualan pada CV. ABK Pontianak tidak stabil dan bergerak secara fluktuatif. Tingkat penjualan yang tidak stabil dapat menyebabkan kemampuan perusahaan untuk dapat memberikan respon mengenai tren pasar atau preferensi pelanggan yang berubah-ubah dan akan menurunkan daya saingnya. Sehingga mengharuskan CV. ABK tetap fokus dalam mengoptimalkan kepuasan pelanggan yang akan berdampak pada tingkat minat beli ulang pelanggan pada perusahaannya.

Adapun tingkat minat beli ulang pelanggan pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak dilakukan dengan memproyeksikan baiknya kualitas produk, meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mengutamakan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang telah mencapai ketiga hal tersebut memiliki peluang yang besar untuk melakukan pembelian ulang produk yang didistribusikan oleh CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak. Akan tetapi, relasi antar variabel tersebut tidak selalu mudah. Dampak kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap

kepuasan pelanggan dan minat beli ulang dapat bermacam-macam berdasarkan pada konteks pasar dan karakteristik demografis pelanggan. Pada pasar yang sangat kompetitif, perbandingan dampak yang diberikan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan sangat berbeda-beda. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi secara empiris bagaimana kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi *customer satisfaction* dan minat beli ulang dengan pendekatan secara kuantitatif yang mendalam. Oleh karena itu, berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini dilakukan guna untuk melakukan penelitian lanjutan akan melakukan penelitian-penelitian terdahulu serata bertujuan untuk mengetahui dan menguji **“Pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality* terhadap Minat Beli Ulang melalui *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pelanggan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak)”**

1.2. Rumusan Masalah

1.2.1. Pernyataan Permasalahan

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka dapat diketahui bahwa dengan ketatnya persaingan dalam bisnis ritel, sebuah perusahaan harus memberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang dapat mendorong minat beli ulang pelanggannya sehingga dapat memberikan perusahaan tersebut mengungguli persaingan atas kompetitornya. Dengan adanya hal tersebut akan membuat konsumen menjadi loyal terhadap perusahaan dan membuat minat beli konsumen menjadi meningkat. Hal tersebut akan membuat konsumen nyaman dan merasa senang untuk membeli produk atau menggunakan jasa pada perusahaan tersebut sehingga dapat membuat perusahaan *sustainable* dalam persaingan yang pesat pada dunia bisnis ritel. Konsumen juga memberikan dampak kepada perusahaan yang sedang bersaing dalam dunia bisnis, dampak tersebut terjadi apabila perusahaan tidak dapat memberikan kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan yang diharapkan oleh konsumen tersebut, sehingga konsumen akan memutuskan minat beli ulang kepada perusahaan tersebut.

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan pernyataan permasalahan yang telah di lampirkan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *product quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada perusahaan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak?
2. Apakah *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada perusahaan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak?
3. Apakah *product quality* berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada perusahaan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak?
4. Apakah *service quality* berpengaruh signifikan terhadap minat beli ualang pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak?
5. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak?
6. Apakah *customer satisfaction* dapat memediasi pengaruh *product quality* terhadap minat beli ulang pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak?
7. Apakah *customer satisfaction* dapat memediasi pengaruh *service quality* terhadap minat beli ulang pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah di jabarkan sebelumnya, maka dapat menyimpulkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh *product quality* terhadap *customer satisfaction* pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak.
2. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh *quality service* terhadap *customer satisfaction* pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak
3. Untuk menguji dan menganalisa *product quality* terhadap minat beli ulang pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak.
4. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh *service quality* terhadap minat beli ulang pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak.
5. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh *customer satisfaction* terhadap minat beli ulang pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak

6. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh *customer satisfaction* dalam memediasi pengaruh antara *product quality* terhadap minat beli ulang pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak.
7. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh *customer satisfaction* dalam memediasi pengaruh antara *service quality* terhadap minat beli ulang pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak.

1.4. Kontribusi Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penelitian yang bermanfaat bagi penulis, peneliti selanjutnya dan perusahaan yang terlibat. Untuk perusahaan akan mendapatkan informasi yang lebih untuk mengetahui seberapa besar kontribusi antara perusahaan dengan pelanggan dengan memperhatikan *product quality* dan *service quality* terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan pada CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak.

1.5. Gambaran Kontekstual Penelitian

CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak merupakan perusahaan yang melakukan bisnis ritel pendistribusian obat-obatan herbal di Kalimantan Barat yang telah berdiri sejak tahun 2009 yang didirikan oleh Bapak Saryoko dengan lima karyawan lainnya. Sekarang perusahaan tersebut telah berkembang cukup pesat dengan bertambahnya karyawan dan kendaraan yang memadai sehingga dapat mencakup permintaan konsumen. Hingga saat ini perusahaan tersebut memiliki 12 karyawan dan 4 kendaraan yang sudah memiliki izin berkendara dan layak untuk melakukan pengantaran ke konsumen.

Perusahaan distributor tersebut sebelum terdaftar sebagai perusahaan Persekutuan Komanditer atau *Commanditaire Vennotschap* (CV) pada tahun 2009, perusahaan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak hanya berdiri sebagai perusahaan bisnis ritel rumahan dengan struktur organisasi yang seadanya, hingga dengan perkembangan saat ini perusahaan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak memiliki kantor yang strategis lokasinya yang beralamatkan di Jalan Ujung Pandang Komplek Gemilang Diluxe No.1-2 Pontianak Kota dan telah

memiliki struktur organisasi yang terdiri dari pemilik perusahaan, admin kantor, admin gudang, supervisor, salesman, dan driver.

Perusahaan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak memiliki kontrak kerja yang berkerjasama dengan PT. Deltomed Laboratories dan membagi wilayah ke seluruh Indonesia. Pada perusahaan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak mencakup wilayah Kalimantan Barat dari wilayah Sambas dan sekitarnya, Sintang dan sekitarnya, Ketapang dan sekitarnya dan berpusat di Kota Pontianak. Perusahaan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak hingga saat ini sudah terdaftar secara hukum dan mendapatkan lisensi atau izin perusahaan dari beberapa pihak. CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak terus berkembang dan kini juga berkerjasama dengan beberapa perusahaan yang menjual produk-produk herbal pada tahun 2010, perusahaan tersebut adalah PT. Marguna Tarulata APK Farma dan PT. Ultra Sakti.

Sesudahnya adanya kerjasama antara PT. Marguna Tarantula APK Farma dan PT. Ultra Sakti perusahaan tersebut menjual berbagai macam jenis obat-obatan herbal konsumsi dan non-konsumsi. Adapun obat-obatan tersebut ialah Antangin JRG, OB Herbal, StrongPas, Tuntas, PilKita, Tenaga X, FreshCare, Hotin Cream, Madu TJ dan banyak lainnya.

Pada PT. Deltomed Laboartories memiliki produk berupa antangin jrg, kuldon sariawan, ob herbal, permen antangin dan banyak lainnya. Adapun varian yang berbentuk cair sachet dan tablet/pil dan adapun yang berbentuk kemasan toples permen, botol 100ml, 60ml dan 30ml. Varian rasa dan pemakaian untuk anak-anak (*junior*) juga bermacam-macam rasanya sebagai contoh antangin jrg, antangin mint, dan antangin habbatusaudah.

Tujuan dalam produk antangin ini adalah untuk meredakan gejala masuk angin, meriang, mual, perut kembung dan kelelahan. Untuk obat herbal lainnya juga memiliki khasiat tersendiri sebagai contoh ob herbal untuk obat batuk, StrongPas untuk pegal linu, tuntas obat untuk melancarkan haid, dan lain sebagainya. Produk tersbut sudah memiliki penjualan dari Kota Pontianak hingga wilayah luar Kota Pontianak dan masih dalam wilayah Kalimantan Barat.



Gambar 1. 1 Produk Deltomed

Sumber: Data Sekunder CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak

Pada perusahaan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak memiliki obat-obatan herbal yang berkerjasama antara PT. Deltomed Laboratories dengan PT. Marguna Tarantula APK Farma ialah sebagai contoh Pilkita, Tenaga X, dan Temulawak. Perusahaan tersebut menjual berbagai macam varian dari yang berbentuk sachet dan tablet/pil. Pilkita itu sendiri Tujuan atau khasiat yang akan diperoleh dengan mengkonsumsi suplemen pilkita ialah meredakan pegel linu dan menyegarkan badan, untuk tenaga x itu sendiri memiliki khasiat untuk memelihara stamina tubuh dan menyegarkan badan, dan khasiat dari temulawak untuk memberikan nafsu makan. Temulawak juga memiliki varian rasa seperti jeruk dan stroberi.



Gambar 1. 2. Produk Marguna

Sumber: Data Sekunder CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak

Adapun kerjasama dengan PT. Ultra Sakti dengan berbagai macam jenis produk yang diperjual belikan oleh perusahaan tersebut sebagai contoh *Fresh Care*, *Hotin Cream*, Madu TJ dan banyak lainnya. Produk tersebut juga memiliki berbagai macam varian rasa atau aroma sebagai contoh jika freshcare memiliki aroma *green*

tea, sandalwood, minyak kayu putih, lavender, citrus, strong dan lain-lainnya. Lain hal dengan varian madu tj adapun varian rasa seperti rasa jeruk, stroberi, hitam pahit, panas dalam, dan lain sebagainya. Kemasan yang digunakan juga bervariasi seperti freshcare menggunakan botol roll on kecil dengan ukuran 10 ml yang dapat memudahkan konsumen untuk membawa saat berpergian, madu tj yang menggunakan kemasan botol yang memiliki ukuran yang bervariasi seperti 500 ml, 250 ml, dan 150 ml.

Tujuan dalam produk tersebut ialah sebagai contoh dari *fresh care* untuk meredakan pusing, masuk angin, perut kembung dan mabuk perjalanan. Adapun tujuan atau khasiat dari madu tj adalah meningkatkan stamina dan daya tahan tubuh, sariawan, panas dalam, dan radang tenggorokan.



Gambar 1. 3 Produk Ultra Sakti

Sumber: Data Sekunder CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak

Perusahaan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak sekarang sudah memiliki banyak konsumen, adapun konsumen yang melakukan pembelian pada perusahaan ini antara lain adalah apotek, toko obat, dan toko klontong. Perusahaan tersebut memiliki wilayah penjualan yang telah mencakup wilayah Kalimantan Barat. Perusahaan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa memiliki berbagai macam jenis obat-obatan herban konsumsi dan non-konsumsi, dengan adanya variasi tersebut akan memiliki dampak kepada konsumen untuk memilih varian terhadap suatu produk. Pada perusahaan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak ada beberapa

cara untuk melakukan pemesanan dan pembayaran, Adapun cara yang digunakan dengan cara melakukan kunjungan ke outlet dan melakukan transaksi terhadap pembelian produk yang diinginkan konsumen. Cara pembayaran juga ada beberapa macam yaitu Adapun *cash* maupun *credit* 14 hari sesuai dengan outlet dan banyaknya pengambilan produk terhadap perusahaan. Adapun cara pengiriman barang dengan menggunakan motor box ataupun mobil box, sehingga menghindari adanya kerusakan di jalan akibat terkenanya langsung matahari ataupun hujan.

Dengan adanya Kerjasama ini memberikan pengaruh penjualan terhadap perusahaan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak dengan banyaknya permintaan dari konsumen dalam Kota Pontianak maupun Luar Kota Pontianak dan masih dalam wilayah Kalimantan Barat. Pengaruh tersebut ialah adanya pelanggan yang melakukan pembelian secara berkala, ataupun rutin terhadap perusahaan. Perusahaan CV. Anugrah Bumi Khatulistiwa Pontianak juga menerima retur atau pengembalian barang jika terdapat kerusakan produk dan akan digantikan oleh produk yang layak untuk konsumen.