

# **TESIS**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, PROMOSI, HARGA,  
DAN DISTRIBUSI TERHADAP MINAT BELI KEMBALI PELANGGAN  
PADA PT. RAJAWALI NUSINDO CABANG BANJARMASIN DENGAN  
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



**Oleh :**

**CECEP SUJANA**

**NIM: 1620318510001**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT BANJARMASIN  
2021**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tesis : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, PROMOSI, HARGA, DAN DISTRIBUSI TERHADAP MINAT BELI KEMBALI PELANGGAN PADA PT. RAJAWALI NUSINDO CABANG BANJARMASIN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Nama : **CECEP SUJANA**

NIM : **1620318510001**

Pembimbing I



Dr. H.M. Riza Firdaus S.E., M.M.  
NIP. 19670909 199303 1 001

Pembimbing II



Ahmad Rifani S.E., M.M.  
NIP. 19780705 200312 1 002

## LEMBAR PENGESAHAN

### PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, PROMOSI, HARGA, DAN DISTRIBUSI TERHADAP MINAT BELI KEMBALI PELANGGAN PADA PT. RAJAWALI NUSINDO CABANG BANJARMASIN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Oleh

**CECEP SUJANA**

**NIM: 1620318510001**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tesis dan dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen (M.M.) pada tanggal: 29 Januari 2021

Susunan Tim Penguji

Ketua,

**Prof Dr. Marijati Sangen, SE., M.M**

**NIP. 19470414 197510 2 001**

Sekretaris,

**Yudy Rachman, SE. MM.**

**NIP. 19821023 200501 1 001**

Pembimbing 1,

**Dr. H.M. Riza Firdaus, S.E., M.M.**

**NIP. 19670909 199303 1 001**

Pembimbing 2,

**Ahmad Rifani S.E., M.Si.**

**NIP. 19780705 200312 1 002**

Mengetahui,

Ketua Program Magister Manajemen

Facultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Lambung Mangkurat



**Dr. Zakhyadi Ariffin, Drs., M.Si**

**NIP. 196002081987031001**

## PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam naskah **TESIS** saya yang berjudul

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, PROMOSI, HARGA, DAN DISTRIBUSI TERHADAP MINAT BELI KEMBALI PELANGGAN PADA PT. RAJAWALI NUSINDO CABANG BANJARMASIN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI!”.**

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini yang disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah **TESIS** ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, saya bersedia **TESIS** ini digugurkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Bekasi , 09 Juli 2021  
Yang membuat pernyataan



Cecep Sujana  
NIM. 1620318510001

## ABSTRAK

**Cecep Sujana (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Promosi, Harga Dan Distribusi Terhadap Minat Beli Kembali Pelanggan Pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Banjarmasin dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.**

**Pembimbing 1: H.M. Riza Firdaus, Pembimbing 2 : Ahmad Rifani**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, produk, promosi, harga dan distribusi terhadap minat beli kembali pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Banjarmasin dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan tetap PT. Rajawali Nusindo Cabang Banjarmasin, sedangkan sampel yang di ambil berjumlah 98 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square (PLS)* dengan menggunakan program Smart PLS 3.0.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan, Distribusi, dan Produk berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan Harga dan Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Selanjutnya Kepuasan Pelanggan, Distribusi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Kembali, sedangkan Produk, Promosi dan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Kembali kepada PT. Rajawali Nusindo Cabang Banjarmasin.

**Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Produk, Promosi, Harga, Distribusi, Minat Beli Kembali, Kepuasan Pelanggan**

## ABSTRACT

**Cecep Sujana (2020). The Influence of Product Service Quality, Promotion, Price and Distribution on Consumer Repurchase Intention at PT Rajawali Nusindo, Branch of Banjarmasin with Customer Satisfaction as a Mediation Variable. Supervisor 1: H.M. Riza Firdaus, Supervisor 2: Ahmad Rifani**

This study aims to determine and analyze the influence of product service quality, promotion, price, and distribution on consumer repurchase intention to P.T. Rajawali Nusindo, Branch of Banjarmasin, with customer satisfaction as a mediating variable.

The population in this study are regular customers of P.T. Rajawali Nusindo, Branch of Banjarmasin, while the samples taken were 98 respondents. The samples were determined using a purposive sampling technique. The data were analyzed using the technique of Partial Least Square (PLS) through the Smart PLS 3.0 program

This study proves that Service Quality, Distribution, and Products have a significant direct effect on Customer Satisfaction. In contrast, Price and Promotion have no significant impact on Customer Satisfaction. Furthermore, Customer Satisfaction, Distribution, and Service Quality have a significant effect on Repurchase intention. In contrast, Products, Promotions, and Prices have no significant impact on consumer Repurchase intention at P.T. Rajawali Nusindo, Branch of Banjarmasin.

**Keywords: Service Quality, Products, Promotion, Price, Distribution, Repurchase Intention, Customer Satisfaction**

Banjarmasin, 2 August, 2021

Approved by:

Head of Language Center



Prof. Dr. Fatchul Mu'in, M. Hum

NIP 196103041989031003

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala karunia dan ridho-NYA, sehingga Tesis dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Produk, Promosi, Harga Dan Distribusi Terhadap Minat Beli Kembali Pelanggan Pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Banjarmasin Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi” ini dapat diselesaikan.

Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Magister Manajemen (M.M.) dalam bidang keahlian Pemasaran pada program studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Kalimantan Selatan dengan sumber dana pribadi.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan menghaturkan terima kasih yang sebesar - besarnya, kepada :

1. Bapak. Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM. Atas bimbingan, arahan dan waktu yang telah diluangkan kepada penulis, masukan dan saran selama menyusun Tesis untuk berdiskusi selama menjadi dosen serta Pembimbing pada saat seminar proposal dan seminar hasil Tesis di Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis ULM.
2. Bapak. Ahmad Rifani, SE, MM. Atas bimbingan, arahan dan waktu yang telah diluangkan kepada penulis selama penyusunan Tesis dan telah memberikan masukan dan saran serta bimbingan pada saat seminar proposal dan seminar hasil tesis Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis ULM.

3. Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis ULM, Bapak. DR. Zakhyadi Ariffin, Drs, M.Si. yang telah memberikan arahan dan bimbingannya.
4. Seluruh Dosen Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis ULM, yang telah memberikan arahan dan bimbingannya.
5. Ibu Prof.DR Marijati Sangen, SE, MM. Atas masukan dan arahnya dalam pengujian Seminar Proposal dan Seminar Hasil.
6. Bapak M.Yudy Rachman, SE, MM. Atas masukan dan arahnya dalam pengujian Seminar Proposal dan Seminar Hasil.
7. Orang Tua tercinta yang telah mendidik dengan penuh rasa kasih sayang dan senantiasa memberi semangat dan dorongan kepada penulis.
8. Istri dan anak-anak tercinta yang selalu memberikan semangat dan dorongan kepada penulis.
9. Rektor dan semua Civitas akademika Universitas Lambung Mangkurat khususnya teman-teman Prodi Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Atas dukungan dan bantuannya.
10. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis ULM angkatan 2016 dan angkatan 2017.
11. Rekan-rekan staf administrasi Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis ULM.
12. Kepada semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dengan keterbatasan pengalaman dan ilmu maupun pustaka yang ditinjau,

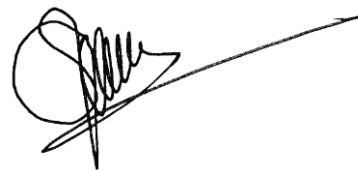


penulis menyadari bahwa Tesis ini masih banyak kekurangan dan perlu pengembangan lebih lanjut agar benar benar bermanfaat. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran agar tesis ini lebih sempurna serta sebagai masukan bagi penulis untuk penelitian dan penulisan karya ilmiah di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap Tesis ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua terutama untuk pengembangan ilmu pengetahuan dibidang pemasaran.

Bekasi, Juli 2021

**Penulis,**

A handwritten signature in black ink, consisting of a large circular loop followed by several vertical strokes and a long horizontal line extending to the right.

**CECEP SUJANA**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTACT.....	vi
KATA PENGANTAR .....	<b>vError! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	vi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	10
1.3. Tujuan Penelitian .....	11
1.4. Manfaat Penelitian .....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Landasan Teori.....	14
2.1.1. Kualitas Pelayanan .....	14
2.1.2. Produk .....	18
2.1.3. Promosi.....	21
2.1.4. Harga .....	24
2.1.5. Distribusi .....	28
2.1.6. Kepuasan Pelanggan .....	29
2.1.7. Minat Beli Kembali .....	31
2.1.8. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Kembali .....	35
2.2. Penelitian Sebelumnya .....	36
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS .....	46

3.1.	Kerangka Konseptual .....	46
3.2.	Hipotesis.....	47
3.2.1.	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan .....	47
3.2.2.	Pengaruh produk terhadap kepuasan pelanggan .....	48
3.2.3.	Pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan.....	48
3.2.4.	Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan .....	49
3.2.5.	Pengaruh distribusi terhadap kepuasan pelanggan .....	49
3.2.6.	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli kembali konsumen .....	50
3.2.7.	Pengaruh produk terhadap minat beli kembali konsumen ..	50
3.2.8.	Pengaruh promosi terhadap minat beli kembali konsumen.	50
3.2.9.	Pengaruh harga terhadap minat beli kembali konsumen.....	51
3.2.10.	Pengaruh distribusi terhadap minat beli kembali konsumen .....	51
3.2.11.	Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli kembali konsumen.....	52
BAB IV	METODE PENELITIAN .....	53
4.1.	Jenis dan Tempat Penelitian.....	53
4.2.	Populasi dan Ukuran Sampel .....	53
4.3.	Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	56
4.4.	Pengumpulan Data .....	64
4.5.	Metode Analisis Data.....	65
4.5.1.	Evaluasi <i>Outer Model</i> .....	66
4.5.2.	Evaluasi <i>Inner Model</i> .....	67
4.5.3.	Uji Hipotesis.....	68
BAB V	ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	69
5.1.	Gambaran Umum .....	69
5.1.1.	Sejarah PT. Rajawali Nusindo .....	69
5.1.2.	Profil PT. Rajawali Nusindo .....	74
5.1.3.	Visi dan Misi PT. Rajawali Nusindo.....	74
5.1.4.	Struktur Organisasi.....	76

5.2. Hasil Penelitian .....	76
5.2.1. Hasil Jawaban Responden.....	76
5.2.2. Uji Prasyarat.....	85
5.2.3. Uji Hipotesis.....	93
5.3. Pembahasan.....	99
5.3.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Rajawali Nusindo Cabang Banjarmasin .....	99
5.3.2. Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kepada PT. Rajawali Nusindo Cabang Banjarmasin .....	100
5.3.3. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kepada PT. Rajawali Nusindo Cabang Banjarmasin.....	101
5.3.4. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kepada PT. Rajawali Nusindo Cabang Banjarmasin .....	102
5.3.5. Pengaruh Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kepada PT. Rajawali Nusindo Cabang Banjarmasin.....	103
5.3.6. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Kembali Konsumen Kepada PT. Rajawali Nusindo Cabang Banjarmasin .....	104
5.3.7. Pengaruh Produk Terhadap Minat Beli Kembali Konsumen Kepada PT. Rajawali Nusindo Cabang Banjarmasin.....	105
5.3.8. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Kembali Konsumen Kepada PT. Rajawali Nusindo Cabang Banjarmasin.....	105
5.3.9. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Kembali Konsumen Kepada PT. Rajawali Nusindo Cabang Banjarmasin.....	106
5.3.10. Pengaruh Distribusi Terhadap Minat Beli Kembali Konsumen Kepada PT. Rajawali Nusindo Cabang Banjarmasin.....	106

5.3.11. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Kembali Konsumen Kepada PT. Rajawali Nusindo Cabang Banjarmasin .....	107
5.4. Implikasi Hasil Penelitian .....	108
5.5. Keterbatasan Penelitian .....	120
<b>BAB VI    PENUTUP</b> .....	<b>122</b>
6.1. Kesimpulan .....	122
6.2. Saran.....	124
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>127</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>130</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Periode 2013 s/d 2018.....	3
Tabel 1.2	Keluhan Pelanggan.....	7
Tabel 1.3	Research Gap Penelitian.....	9
Tabel 2.1	Perbandingan Variabel Penulis dengan Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 4.1	Jumlah Sampel Penelitian .....	55
Tabel 4.2	Kriteria Validitas & Reliabilitas Variabel dengan Indikator Reflektif.....	66
Tabel 4.3	Kriteria Evaluasi Inner Model.....	68
Tabel 5.1	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan (X1) .....	77
Tabel 5.2	Tanggapan Responden Mengenai Produk (X2) .....	78
Tabel 5.3	Tanggapan Responden Mengenai Promosi (X3) .....	80
Tabel 5.4	Tanggapan Responden Mengenai Harga (X4).....	81
Tabel 5.5	Tanggapan Responden Mengenai Distribusi (X5).....	82
Tabel 5.6	Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (Z).....	83
Tabel 5.7	Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli (Y).....	84
Tabel 5.8	Hasil Uji Prasyarat model 1 .....	86
Tabel 5.9	Hasil Uji Prasyarat model 2 .....	87
Tabel 5.10	Hasil Uji Prasyarat model 3 .....	89
Tabel 5.11	Hasil Uji Prasyarat model 4 .....	90
Tabel 5.12	Hasil Uji <i>Avarage Variance Extracted</i> (AVE).....	92
Tabel 5.13	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> .....	93
Tabel 5.14	Pengaruh Langsung .....	94
Tabel 5.15	Pengaruh Tidak Langsung.....	97

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual, Diponugroho (2015).....	37
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual, Faradiba (2013) .....	38
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual, Saidani & Arifin (2012) .....	39
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual, Jati (2012).....	40
Gambar 2.5 Kerangka Konseptual, Martania (2011).....	41
Gambar 2.6 Kerangka Konseptual, Wibisaputra (2011).....	42
Gambar 2.7 Kerangka Konseptual, Pawitra (2011).....	43
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual, Sujana (2018) .....	47
Gambar 5.1 Struktur Organisasi .....	76
Gambar 5.2 Kerangka Konseptual 1 .....	86
Gambar 5.3 Kerangka Konseptual 2.....	88
Gambar 5.4 Kerangka Konseptual 3.....	89
Gambar 5.5 Kerangka Konseptual 4.....	91

## DAFTAR LAMPIRAN

SURAT KETERANGAN ABSTRAK DARI UNLAM .....	131
SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI.....	132
TABULASI DATA.....	133
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL X1 .....	144
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL X2 .....	146
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL X3 .....	147
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL X4 .....	148
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL X5 .....	148
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL Y .....	149
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL Z .....	150
HASIL JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X1 .....	150
HASIL JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X2.....	153
HASIL JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X3.....	155
HASIL JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X4.....	156
HASIL JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X5.....	158
HASIL JAWABAN RESPONDEN VARIABEL Z .....	159
HASIL JAWABAN RESPONDEN VARIABEL Y.....	160
HASIL RATA-RATA JAWABAN RESPONDEN.....	162
HASIL UJI PLS .....	164
Hasil Uji Prasyarat model 1 .....	168
Hasil Uji Prasyarat model 2 .....	168
Hasil Uji Prasyarat model 3 .....	169
Hasil Uji Prasyarat model 4 .....	169
Pengaruh Tidak Langsung.....	170