

ABSTRAK

Judul Penelitian : **Menggali Kepuasan Pelanggan: Peran Mediasinya Dalam Niat Pembelian Ulang Pada UMKM Tahu di Kampung Tahu**

Dosen Pembimbing I : Rafikhein Novia Ayuanti, S.E., M.M

Dosen Pembimbing II : Beny Mahyudi Saputra, S.E., M.M

Nama Mahasiswa : Rizqy Abda'u

NPM : 21130210090

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pengalaman pelanggan, nilai pelanggan, dan persepsi harga terhadap niat pembelian ulang pada UMKM tahu di Kampung Tahu Kota Kediri dengan menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam studi ini serta Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) sebagai metode analisis. Kuesioner online digunakan dalam mengumpulkan data dengan skala Likert 5 poin dan 150 responden dilibatkan dengan teknik purposive sampling yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan, nilai pelanggan, dan persepsi harga secara positif dan signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan dan niat pembelian ulang. Kepuasan pelanggan terbukti menjadi variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara ketiga variabel independen terhadap niat pembelian ulang. Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur mengenai perilaku konsumen dalam konteks UMKM, khususnya industri tahu, serta memberikan wawasan bagi pelaku usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong niat pembelian ulang melalui strategi berbasis pengalaman pelanggan, nilai pelanggan, dan persepsi harga. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperbaiki discriminant validity untuk hasil yang lebih komprehensif.

Kata Kunci: **Pengalaman Pelanggan, Nilai Pelanggan, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan, Niat Pembelian Ulang.**

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Kepuasan Pelanggan (Z)	8
2.2 Niat Pembelian Ulang (Y)	9
2.3 Pengalaman Pelanggan (X1)	9

2.4 Nilai Pelanggan (X2).....	10
2.5 Persepsi Harga (X3)	11
2.6 Kerangka Konseptual	11
2.7 Pengalaman Pelanggan dan Niat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan	12
2.8 Nilai Pelanggan dan Niat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan.	12
2.9 Persepsi Harga dan Niat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan ..	13
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	15
3.1 Desain Penelitian	15
3.2 Populasi	15
3.3 Sampel	16
3.4 Teknik Pengumpulan Data	16
3.5 Teknik Analisis Data	16
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	17
4.1 Hasil.....	17
4.2 Pembahasan	25
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	31
DAFTAR PUSTAKA	35
LAMPIRAN	43

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 <i>R-Square – Overview</i>	19
Tabel 4.2 Reliabilitas dan Validitas Konstruk	20
Tabel 4.3 Validitas Diskriminan – Heterotrait - Monotrait <i>Ratio</i> (HTMT).....	20
Tabel 4.4 <i>Collinearity Statistics</i> (VIF) – <i>Outer Model - List</i>	22
Tabel 4.5 <i>Total Effects – Mean, STEDEV, t-values, p-values</i>	24

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	11
Gambar 4.1 Pengukuran <i>Outer Loadings</i>	17
Gambar 4.2 Pengukuran <i>Outer Loadings</i> setelah Item X1.5 Dihapus.....	18