

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN POTONGAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS GRIYA SNACK NS ATT
PLURAHAN TALUN PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S. E.)



Oleh:

ERFA SALWA NAHDLIANA
NIM: 4120123

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN POTONGAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS GRIYA SNACK NS ATT
PLURAHAN TALUN PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S. E.)



Oleh:

ERFA SALWA NAHDLIANA

NIM: 4120123

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Erfa Salwa Nahdliana

NIM : 4120123

Judul Skripsi : **Pengaruh Keragaman Produk dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Griya Snack NS ATT Plurahan Talun Pekalongan)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebesar-besarnya.

Pekalongan, 24 Oktober
2024

Yang Menyatakan,



Erfa Salwa Nahdliana

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Erfa Salwa Nahdliana

Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : **Erfa Salwa Nahdliana**
NIM : **4120123**
Judul Skripsi : **Pengaruh Keragaman Produk dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Griya Snack NS ATT Plurahan Talun Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 24 Oktober 2024

Pembimbing



Drajat Stiawan, M. Si

NIP. 19830118 2015031001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Pekalongan Kab Pekalongan Kode Pos 51161

Website : www.febi.uingusdur.ac.id Email : febi.uingusdur@ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara :

Nama : **Erfa Salwa Nahdliana**
NIM : **4120123**
Judul : **Pengaruh Keragaman Produk dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Griya Snack NS ATT Plurahan Talun Pekalongan)**

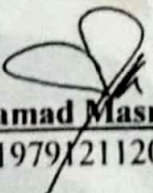
Dosen Pembimbing : **Drajat Stiawan, M.Si**


Telah di ujikan pada hari Jum'at tanggal 01 November 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,


Penguji I

Penguji II


Muhamad Masrur, M.E.I
NIP. 197912112015031001


M. Arif Kurniawan, M.M
NIP. 198606182020121007

Pekalongan, 04 November 2024
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H
NIP. 197502201999032001

MOTTO

"Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, keberhasilan adalah untuk mereka yang senantiasa berusaha"

- B.J. Habibie –

"Kalo nggak mau kecewa sama hasilnya, usahanya jangan gitu-gitu aja"

- Penulis -



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Cinta pertama dan panutanku Bapak Mohammad Rokhim dan pintu surgaku Ibu Nur Afifah, selaku kedua orang tua yang sudah membesarkan saya dengan penuh kasih sayang hingga saat ini, terima kasih selalu memberikan dukungan material dan moral, serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya. Terima kasih sudah menjadi penguat dan pengingat paling hebat. Semoga selalu diberikan kesehatan dan umur panjang sehingga bisa melihat putrinya berhasil dalam mewujudkan cita-citanya.
2. Najmulami'ah Fikrotul Amna, selaku adik saya tercinta yang selalu mendoakan, mendukung dan membantu saya dalam hal apapun, serta

selalu menghibur saya. Tata sayang, tumbuhlah menjadi versi yang paling hebat. Serta untuk Salamah, adik kecil saya tercinta dan saya rindukan yang sudah di surga Allah. Semoga kelak di surga kita dipertemukan. Terima kasih adek-adekku sayang.

3. Keluarga HW Family dan JI Family, yang senantiasa memberikan doa dan semangat untuk saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
4. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Drajat Stiawan, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam menyusun skripsi ini.
6. Marlina, S.Pd, M.Pd selaku Dosen Penasehat Akademi (DPA). Terima kasih atas bimbingannya.
7. Sahabat kecil saya (Vera, Yana, Vany, Farkha) yang saya sayangi. Terima kasih selalu mewarnai perjalanan hidup saya dari kecil hingga saat ini.
8. Sahabat-sahabat saya dalam grup Sukses kabeh Gusti (Nuning, Erika, Oni, Hasna, Nayla, Zoom), SE Perjuangan (Rizqi, Vina, Tami, Lili), FEBI Pride (Nanda dan Mita), serta teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2020 terkhususnya EKOS C, teman-teman KKN 56 Kelompok 98 desa Tunjungsari Siwalan, teman-teman PPL Bapelitbang Batang, dan teman-teman Internship Rumah BUMN Telkom Pekalongan, terima kasih sudah bersedia mendengar, memberikan bantuan, dan terima kasih karena selalu

membersamai dan mendukung saya disetiap proses penyusunan skripsi bahkan sampai saat ini. *See you on top guys.*

9. Teman organisasi saya tempat bertumbuh. UKM-F Dycres, PR IPNU dan IPPNU Desa Talun, dan PAC IPNU dan IPPNU Kecamatan Talun. Terima kasih telah menerima saya dalam organisasi yang sangat bermanfaat, memberikan peluang untuk saya terus belajar.
10. Diri saya sendiri, Erfa Salwa Nahdliana. Apresiasi yang sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah. Serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang dibilang tidak mudah dan selalu ceria dalam menjalani hari-harinya. Terima kasih sudah bertahan. Saya bangga pada diri saya sendiri. *You did it!*
11. Terakhir, kepada seseorang yang belum bisa saya sebutkan namanya hingga waktunya dipertemukan, namun sudah tertulis jelas di *lauhul mahfudz*. Kamu juga menjadi salah satu alasan penulis menyelesaikan skripsi ini. Walaupun menyelesaikannya lewat jalur mandiri, bukan dengan jatuh cinta maupun patah hati.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

ABSTRAK

Erfa Salwa Nahdliana. Pengaruh Keragaman Produk dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Griya Snack NS ATT Plurahan Talun Pekalongan)

Bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyaknya jenis bisnis yang mempunyai banyak peminatnya. Seiring dengan berkembangnya zaman seperti di era digital (modern) ini, tentu saja para pemilik usaha kuliner di Indonesia harus mampu bersaing di industri kuliner serta tetap menjaga kepuasan pelanggannya agar tetap bertahan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh keragaman produk dan potongan harga terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi kasus griya snack NS ATT Plurahan Talun Pekalongan)

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif, dengan jenis penelitian lapangan. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode angket (kuesioner). Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan *EViews versi 10 for windows*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Keragaman produk, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang. Potongan harga positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang. Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. Potongan harga positif dan namun tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak memediasi keragaman produk dan potongan harga terhadap keputusan pembelian ulang.

Kata Kunci: Keragaman Produk, potongan Harga, Keputusan Pembelian Ulang, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Erfa Salwa Nahdliana. The Influence of Product Diversity and Discounts on Repurchase Decisions with Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Case Study of Griya Snack NS ATT Plurahan Talun Pekalongan)

The culinary business is one of the many types of businesses that have many enthusiasts. Along with the development of the era such as in the digital (modern) era, of course, culinary business owners in Indonesia must be able to compete in the culinary industry and maintain customer satisfaction in order to survive. The purpose of this study was to determine the effect of product diversity and discounts on repurchase decisions with customer satisfaction as an intervening variable (case study of Griya Snack NS ATT Plurahan Talun Pekalongan)

This study is a type of quantitative research, with a type of field research. Data collection in this study used a questionnaire method. This study uses a non-probability sampling technique with a purposive sampling type with a sample size of 96 respondents. This study uses a path analysis method with the help of EVIEWS version 10 for windows.

The results of this study indicate that product diversity and customer satisfaction have a positive and significant effect on repurchase decisions. Discounts are positive but do not have a significant effect on repurchase decisions. Product diversity has a positive and significant effect on customer satisfaction. Discounts are positive but do not have a significant effect on Customer Satisfaction. Customer satisfaction does not mediate product diversity and discounts on repurchase decisions.

Keywords: Product Diversity, Discounts, Repurchase Decisions, Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai masa penyusunan skripsi ini, sangat sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. Selaku Rektor UIN K.H.Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. H. Tamamudin, S.E., M.M selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Muhammad Aris Syafi'i, M.E.I., Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.

5. Drajat Stiawan, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam menyusun skripsi ini.
6. Marlina, S.Pd, M.Pd Selaku Dosen Penasehat Akademi (DPA).
7. Orang Tua dan Keluarga Saya Yang Telah Memberikan Bantuan Dukungan Material Dan Moral.
8. Pemilik usaha Griya Snack NS ATT dan seluruh responden penelitian, terimakasih atas bantuan dan kesediaannya
9. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan dan dukungannya.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 24 Oktober 2024

Yang Menyatakan,


Erfa Salwa Nahdliana

NIM. 4120123

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Batasan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	12
E. Manfaat Penelitian	13
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Deskripsi Teori	16

B. Telaah Pustaka	32
C. Kerangka Berpikir	57
D. Hipotesis	58
BAB III METODE PENELITIAN	65
A. Jenis Penelitian	65
B. Pendekatan Penelitian	65
C. Setting Penelitian.....	65
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	66
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	68
F. Sumber Data	73
G. Teknik Pengumpulan Data.....	73
H. Metode Analisis Data	75
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	84
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	84
B. Analisis Data	90
C. Pembahasan.....	110
BAB V PENUTUP.....	122
A. Kesimpulan	122
B. Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN.....	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil putusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia no. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini huruf Arab dan transliterasi dengan huruf lain.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	ta	T	Te
ث	sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	Da
ذ	zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	R	Er

ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ya
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	gain	G	Ge
ف	fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
a = ا		ā = آ
i = اِ	ai = اِي	ī = اِيّ
u = اُ	ua = اُو	ū = اُوّ

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

جميلة امرأة ditulis *mar'atun jamilah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis *fatimah*

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis *rabbānā*

البرر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمرر ditulis *al-qamar*

البددبع ditulis *al-badi'*

الجلالال ditulis *al-jalāl*

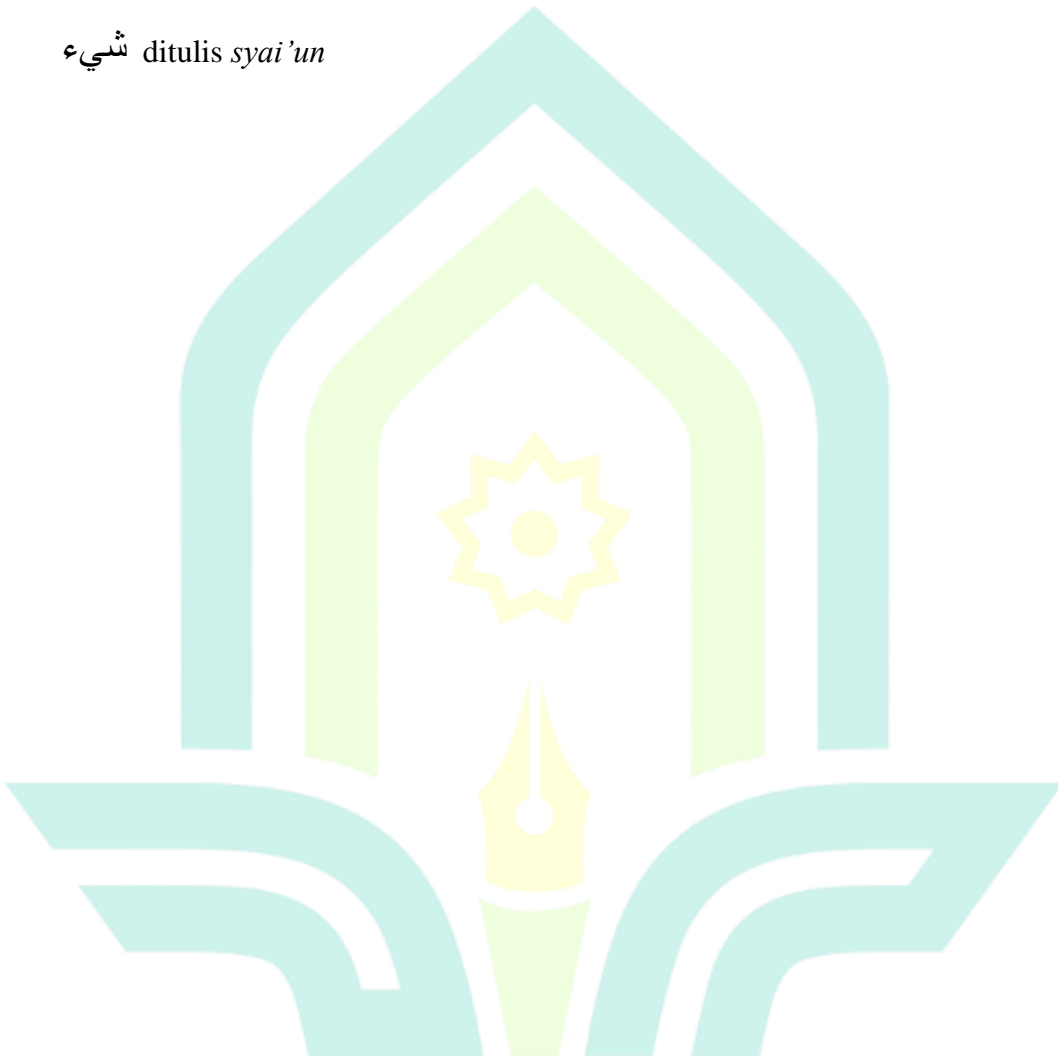
6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh:

أمرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	70
Tabel 3. 2 Bobot Nilai Setiap Penilaian	74
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Janis Kelamin	85
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	85
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama	86
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	87
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	88
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	89
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	90
Tabel 4. 8 Hasil Reliabilitas Variabel	93
Tabel 4. 9 Hasil Heteroskedastisitas Persamaan I	96
Tabel 4. 10 Hasil Heteroskedastisitas Persamaan II	97
Tabel 4. 11 Hasil Multikolinearitas Persamaan I	99
Tabel 4. 12 Hasil Multikolinearitas Persamaan II	99
Tabel 4. 13 Hasil Uji t (parsial) Persamaan I.....	100
Tabel 4. 14 Hasil Uji t (parsial) Persamaan II	101
Tabel 4. 15 Hasil Uji f (simultan) Persamaan I.....	102
Tabel 4. 16 Hasil Uji f (simultan) Persamaan II	103
Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi (R^2) Persamaan I	104
Tabel 4. 18 Hasil Koefisien Determinasi (R^2) Persamaan II.....	104

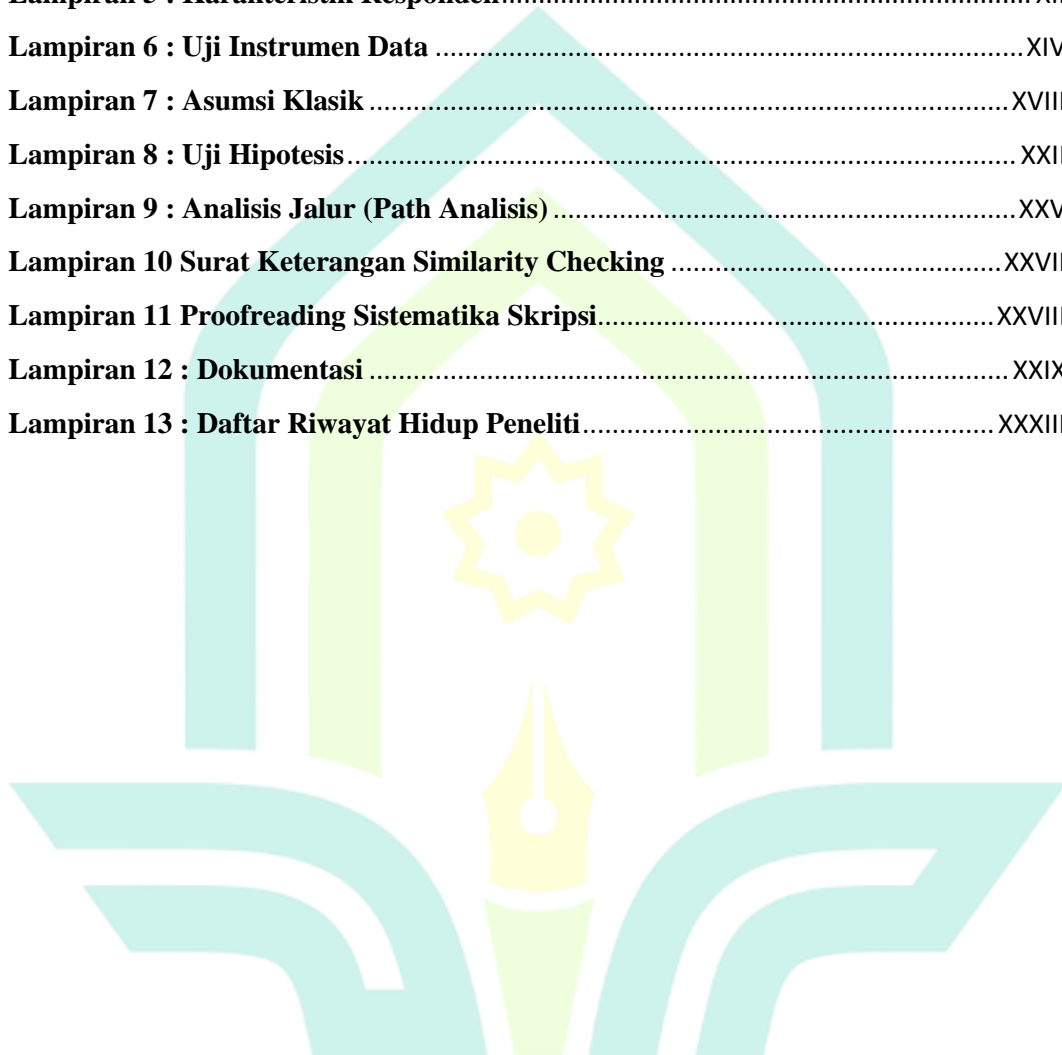
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Periode Bulan Maret-Mei 2024	8
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	57
Gambar 3. 1 Model Analisis Jalur	81
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Persamaan I	94
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Persamaan II	95



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	I
Lampiran 2 : Surat Dinas Izin Penelitian	VI
Lampiran 3 : Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	VII
Lampiran 4 : Tabulasi Data	VIII
Lampiran 5 : Karakteristik Responden	XII
Lampiran 6 : Uji Instrumen Data	XIV
Lampiran 7 : Asumsi Klasik	XVIII
Lampiran 8 : Uji Hipotesis	XXII
Lampiran 9 : Analisis Jalur (Path Analysis)	XXV
Lampiran 10 Surat Keterangan Similarity Checking	XXVII
Lampiran 11 Proofreading Sistematika Skripsi	XXVIII
Lampiran 12 : Dokumentasi	XXIX
Lampiran 13 : Daftar Riwayat Hidup Peneliti	XXXIII



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembelian ulang (*repurchase*) merupakan suatu aktivitas pembelian ulang produk dan merek yang sama tanpa adanya persepsi negatif pada produk maupun merek tersebut (Sofya & Purwanto, 2021). Keputusan pembelian ulang didasarkan pada ketertarikan konsumen terhadap barang atau jasa dimana faktor internal dan eksternal yang menjadi pengaruhnya terhadap produk tersebut (Hasanati et al., 2021). Pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu dapat dikatakan sebagai keputusan pembelian ulang. Mengingat baik ekonom maupun pemasar menggunakan karakteristik minatnya dalam peramalan sifat pelanggan pada masa depan, penting bagi pemasar untuk memahami keputusan konsumen untuk membeli kembali produk. (Rosdiana et al., 2021). Niat membeli kembali mengacu pada keinginan untuk membeli suatu produk karena kepuasan pelanggan dengan penawaran pemilik usaha dan termotivasi untuk melakukannya berdasarkan pengalaman pembelian sebelumnya. (Nurdiansah & Widyastuti, 2022).

Bisnis kuliner adalah salah satu dari sekian banyaknya jenis bisnis yang mempunyai banyak peminatnya. UMKM adalah perusahaan menguntungkan yang dijalankan oleh orang atau organisasi yang sesuai

dengan definisi usaha mikro. (Hanim et al., 2022). Untuk membangun atau mempertahankan keunggulan kompetitif dibandingkan pesaing, pemilik usaha perlu menyediakan layanan atau produk yang lebih baik (unggul) kepada pelanggan. Kecamatan Talun memiliki potensi yang bagus untuk membuka bisnis kuliner seperti homemade aneka snack. Dikarenakan masih jarang ditemukannya persaingan pasar, permintaan pasar terhadap aneka snack terus meningkat seiring berjalannya waktu. Fenomena yang ditemukan pada Griya Snack NS ATT, usaha tersebut masih terbilang baru yaitu berdiri pada tahun 2020 yang sampai saat ini terus mengalami perkembangannya bagus dengan memanfaatkan media sosial WhatsApps sebagai promosi produknya. Sehingga hal tersebut yang menarik pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

Dalam penelitian Henny Welsa, Agus Dwi Cahyo², Widiya Saputri (2022) yang berjudul “Pengaruh *price discount* dan *sales promotion* terhadap keputusan pembelian dengan *impulsive buying* sebagai variabel *intervening*” menunjukkan bahwa *sales promotion* dan *price discount* berpengaruh yang baik dengan keputusan pembelian. Pada penelitian lain yaitu penulis Yenny Maya Dora, Cania Sukma Dewi (2022) yang berjudul “Pengaruh Keragaman Produk dan Promosi Penjualan Minat Beli Ulang di Online Shop Ig Mamameramu” menunjukkan bahwa beragamnya produk yang ditawarkan Toko Online Mamameramu dan promosi penjualannya berdampak pada pilihan pelanggan untuk melakukan pembelian kembali. Temuan pengujian secara simultan

mengungkapkan bahwa promosi penjualan dan keragaman produk bekerja sama untuk mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli kembali.

Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan keputusan pembelian ulang, hal itu disebabkan karena apabila pelanggan telah puas seperti halnya dengan keragaman produk dan Potongan Harga dengan ini pelanggan akan tertarik untuk membeli produknya (Dora & Sukma, 2022). Tingkat kepuasan seseorang ditentukan oleh bagaimana perasaannya terhadap kinerja yang dirasakan sehubungan dengan ekspektasinya. Jika kinerja diklarifikasi, kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai sejauh mana fitur umum barang dan jasa yang ditawarkan sesuai dan berguna dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, dengan karakteristik atau elemen seperti: bukti yang jelas, perhatian individu dari pemilik usaha kepada pelanggan, daya tanggap, keandalan, dan jaminan. Jika kinerjanya normal (sesuai), pelanggan akan merasa senang. (Riyani et al., 2021). Sejauh mana manfaat suatu produk dirasakan (perceived) sesuai dengan harapan klien dikenal sebagai kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian Ilham Hadi Nur Yufa, Wuryaningsih Dwi Lestari (2023) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Pengaruh Potongan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi” menunjukkan bahwa dampak potongan harga terhadap keputusan pembelian tampaknya dimediasi dengan kepuasan pelanggan. Sebagian hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

Keragaman produk mengacu pada variasi produk yang ditawarkan bisnis kepada pelanggan mereka. Dari definisi itu peneliti menarik kesimpulan keragaman produk mengacu pada jumlah produk/layanan pada suatu merek dengan adanya perbedaan dari beberapa kategori yang disediakan pada bisnis kepada pelanggan. (Dora & Sukma, 2022). Pada Griya Snack NS ATT, banyak ragam produknya seperti aneka snack seperti jajanan basah kue nona manis, puding, pastel, dan sejenis jajanan basah lainnya, kue kering seperti nastar, kastengel, roti kacang, putri salju, serta bermacam varian rasa bolu. Fenomena di lapangan penelitian yaitu pada Griya Snack NS ATT, owner membuat ragam produk hanya sesuai pesanan pelanggan saja. Adapun ragam produknya sudah owner sediakan katalog atau menu produk yang dibuatnya. Namun, ada kalanya pelanggan ingin membeli produk yang bahkan tidak ada pada katalog. Pada situasi ini, owner mengikuti requestan pelanggan apabila dirasa bisa dilakukan dan memberi pilihan lain yaitu menawarkan produk yang sudah ada pada katalognya. Hal ini yang menjadikan kepuasan terhadap pelanggannya dan mereka dapat memutuskan untuk membeli ulang produk yang mereka suka.

Dalam penelitian Berliana Citra Hapsari, Sri Rahayu Tri Astuti (2022) yang berjudul “Pengaruh Keragaman Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang di Toko Online Lazada dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening” menunjukkan bahwa keberagaman produk memiliki dampak yang menguntungkan dan besar

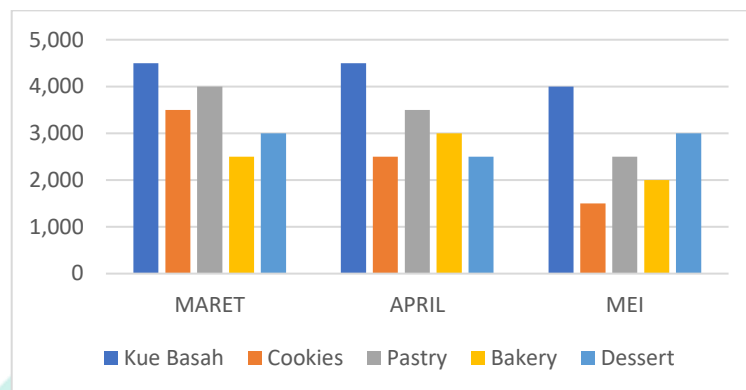
terhadap kepuasan pelanggan dan minat membeli kembali. Sedangkan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening mempunyai pengaruh yang baik dan besar terhadap minat beli ulang.

Sedangkan pada penelitian Meli Fita Diana, Dwi Perwitasari Wiryaningtyas, Yudhistira Harisandi (2022) yang berjudul “Pengaruh Promosi Online dan Keragaman Produk dalam Menentukan Kepuasan Konsumen Pada Healthymask.Idn dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening” menunjukkan bahwa keragaman produk yang mempunyai berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Adapun penelitian Nadira Badarudin, Willem J. F. A. Tumbuan, Imelda W. J. Ogi (2021) yang berjudul “Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, Suasana Toko, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Paragon Mart Kabupaten Kepulauan Sangihe”, menunjukkan hasil penelitian bahwa Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara parsial Keragaman Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Paragon Mart Tahuna. Dan pada penelitian Nilly Yuliani Kaawoan, Hendra N Tawas, Raymond Ch Kawet (2022) “Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, Dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Produk Minimal Ladis Di Matahari Megamall Manado)”, menunjukkan bahwa Hasil penelitian ditemukan bahwa secara parsial Keragaman Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Potongan harga (*price discount*) yaitu pengurangan harga pembelian. Dalam metode promosi, diskon dipandang efektif karena, secara logis, diskon membuat konsumen percaya bahwa mereka akan mendapatkan lebih banyak produk dengan harga lebih sedikit. Akibatnya, konsumen seringkali melakukan pembelian impulsif tanpa menyadarinya. Diskon adalah pengurangan harga secara langsung terhadap produk tertentu pada periode waktu tertentu, serta pembelian potongan harga yang diberikan penjual kepada pembeli. Pemberian diskon ditetapkan sesuai dengan kebijakan dan tujuan dari masing-masing perusahaan (Mansur, 2021). Potongan harga merupakan taktik pemasaran yang populer untuk menarik perhatian konsumen dengan memberikan nilai tambahan atau insentif, sehingga mendorong pembeli untuk segera membeli barang yang dipasarkan. Pada Griya Snack NS ATT sendiri dalam menerapkan potongan harga diterapkan hanya pada produk tertentu dengan periode yang sudah ditentukan (musiman), seperti pada bulan ramadhan dan hari raya idul fitri owner memberi potongan harga hanya pada aneka kue kering saja, sedangkan untuk aneka snack basah hanya menawarkan bonus produk bukan potongan harganya. Dikarenakan pada Griya Snack NS ATT hanya menerapkan potongan harga pada produk dan pada event tertentu saja, hal ini yang mengakibatkan peneliti tertarik melakukan penelitian pada Griya Snack NS ATT. Apakah strategi yang sudah ditawarkan owner berdampak pada kepuasan pelanggan Griya Snack Nss Att. Sehingga nantinya penelitian ini dapat memberi manfaat kepada

owner dan harus mempertimbangkan agar terhindar dari kemungkinan yang berakibat pada keputusan pembelian ulang dan tidak berdampak pada kepuasan pelanggan. Fenomena masalah ini ditemukan setelah peneliti melakukan pra penelitian dengan wawancara dan observasi lapangan penelitian yang bersumber pada pemilik usaha Griya Snack NS ATT.

Dalam penelitian Okta Adhe Sukma Mirandi, Hasnah Rimiyati (2023) yang berjudul “Pengaruh Diskon, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Minat Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Matahari Department Store Yogyakarta” menunjukkan di Matahari Department Store Yogyakarta, diskon mempunyai pengaruh yang baik dan besar terhadap kepuasan dan keinginan pelanggan dalam membeli kembali produk. Temuan analisis juga menunjukkan bahwa, di Matahari Department Store Yogyakarta, kepuasan pelanggan memiliki kekuatan untuk memitigasi dampak penurunan harga terhadap minat melakukan pembelian berulang. Sedangkan pada penelitian Asep Nurdiansah, Widyastuti (2022) yang berjudul “Pengaruh *Price Discount* Terhadap *Customer Satisfaction* dan *Repurchase Intention* (Studi pada Pengguna Shopee Food)” menunjukkan bahwa hasil positif dan signifikan pada *price discount* dan *customer satisfaction* pada *repurchase intention*. Sementara itu, *price discount* (potongan harga) tidak mempunyai berpengaruh yang signifikan terhadap *repurchase intention* (minat pembelian ulang).

Gambar 1. 1 Penjualan Periode Bulan Maret-Mei 2024

Sumber: Griya Sncak NS ATT

Dari gambar diatas menunjukkan grafik penjualan produk periode bulan maret-mei 2024 terhitung dalam 27 hari kerja pada Griya Sncak NS ATT Plurahan Talun Pekalongan. Data ini menunjukkan jumlah produksi dimana total produksi dengan banyaknya ragam produk yang diperoleh selama 3 bulan. Dari gambar diatas menunjukkan bahwa banyaknya peminat pada kue basah dan pastry dikarenakan produk tersebut best seller. Volume penjualan pada Griya Snack NS ATT mengalami naik turun sesuai dengan kondisi. Seperti halnya pada bulan maret mengalami peningkatan lebih unggul daripada bulan setelahnya, dikarenakan pada bulan tersebut memasuki bulan Ramadhan, sehingga pelanggan turut membeli produk dengan jumlah besar. Hal tersebut menjadi salah satu masalah pada penjualan di Griya Snack NS ATT. Maka dari itu pemilik usaha harus menyusun strategi agar bisa mempertahankan volume penjualan produknya. Dimana dalam gambar tersebut, dapat ditarik

kesimpulan bahwa keputusan pembelian ulang pelanggan juga berhubungan dengan keragaman produk dan potongan harganya melalui kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini batasan dari variabel keragaman produk yaitu meliputi jenis dari kategori produknya, seperti yang sudah dimunculkan pada grafik diatas yaitu kue basah, cookies, pastry, bakery, dan dessert. Sedangkan untuk batasan pada variabel potongan harga yaitu meliputi jenis produk yang mendapatkan potongan harga yaitu hanya terdapat pada produk cookies serta dalam periode tertentu, yaitu pada saat bulan ramadhan dan hari-hari besar lainnya.

Penelitian diperlukan ketika fenomena tersebut teridentifikasi di lapangan karena, sebagai hasil positif dari kepuasan pelanggan, pembentukan keputusan pembelian kembali pelanggan akan mempengaruhi usaha dan memungkinkannya untuk tumbuh dan bersaing. Kesenjangan hasil (research gap) pada temuan-temuan penelitian terdahulu, lebih khusus lagi kesenjangan hubungan antar variabel menjadi permasalahan yang perlu dijawab dalam penelitian ini. Ketertarikan penulis mengangkat penelitian ini yaitu dilihat dari hubungan antara keragaman produk dan kepuasan pelanggan, antara potongan harga dan kepuasan pelanggan, antara keragaman produk dan keputusan pembelian ulang, antara potongan harga dan keputusan pembelian ulang, kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian ulang, keragaman produk terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan, serta antara keragaman produk terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan

pelanggan. Berdasarkan pemaparan ini, maka yang membuat peneliti tertarik mengangkat judul **“Pengaruh Keragaman Produk dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Griya Snack NS ATT Plurahan Talun Pekalongan)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apa pengaruh keragaman produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Griya Snack NS ATT Talun Pekalongan?
2. Apa pengaruh potongan harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Griya Snack NS ATT Talun Pekalongan?
3. Apa pengaruh keberagaman produk secara parsial terhadap keputusan pembelian ulang di Griya Snack NS ATT Talun Pekalongan?
4. Apa pengaruh potongan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian ulang di Griya Snack NS ATT Talun Pekalongan?
5. Apa pengaruh kepuasan pelanggan secara parsial terhadap keputusan pembelian ulang di Griya Snack NS ATT Talun Pekalongan?
6. Apa pengaruh keragaman produk secara simultan terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di Griya Snack NS ATT Talun Pekalongan?

7. Apa pengaruh potongan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di Griya Snack NS ATT Talun Pekalongan?

C. Batasan Masalah

1. Penelitian ini terdiri dari empat variabel yaitu keragaman produk dan potongan harga sebagai variabel bebas, keputusan pembelian ulang sebagai variabel terikat, kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.
2. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data pada penelitian ini dikumpulkan menggunakan kuesioner yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari jawaban responden yang valid dan reliabel.
3. Skala likert dapat membantu jawaban dari responden secara subjektivitas.
4. Objek penelitian ini dikhususkan untuk pelanggan Griya Snack NS ATT Plurahan Talun Pekalongan yang berdomisili di Kecamatan Talun.

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menguji pengaruh keragaman produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Griya Snack NS ATT Talun Pekalongan?
2. Menguji pengaruh potongan harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Griya Snack NS ATT Talun Pekalongan?
3. Menguji pengaruh keberagaman produk secara parsial terhadap keputusan pembelian ulang di Griya Snack NS ATT Talun Pekalongan?
4. Menguji pengaruh potongan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian ulang di Griya Snack NS ATT Talun Pekalongan?
5. Menguji pengaruh kepuasan pelanggan secara parsial terhadap keputusan pembelian ulang di Griya Snack NS ATT Talun Pekalongan?
6. Menguji pengaruh keragaman produk secara simultan terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di Griya Snack NS ATT Talun Pekalongan?
7. Menguji pengaruh potongan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di Griya Snack NS ATT Talun Pekalongan?

E. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini membutuhkan manfaat teoritis dan praktis, yaitu :

1. Teoritis

- a. Manfaat penelitian ini mengenai pandangan tentang keragaman produk dan potongan harga yang mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian ulang di Griya Snack NS ATT Talun Pekalongan.
- b. Manfaat penelitian ini nantinya sebagai landasan dalam penelitian selanjutnya tentang keragaman product dan potongan harga yang mempunyai pengaruh dengan keputusan pembelian ulang pada Griya Snack NS ATT Plurahan Talun Pekalongan dalam melakukan pengembangan usaha untuk kedepannya.

2. Praktis

a. Bagi Penulis

Diharapkan penelitian ini bisa memberikan pandangan untuk berpikir tentang pengaruh keragaman produk dan potongan harga yang mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian ulang di Griya Snack NS ATT Talun Pekalongan.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini untuk meninjau perusahaan sebagai bahan referensi supaya perusahaan memiliki inovasi yang lebih baik dan menyajikan informasi mengenai hubungan antara

kepuasan pelanggan dengan keputusan pembelian ulang konsumen di Griya Snack NS ATT Talun Pekalongan.

c. Bagi Pihak Lain

Diharapkan penelitian ini mampu menjadikan referensi untuk mengevaluasi mahasiswa yang hendak meneliti baik dengan tema, variabel, maupun objek yang sama.

F. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, konseptualisasi, batasannya, serta tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bagian ini berisi deskripsi dan gagasan menyeluruh, seperti teori tentang keputusan pembelian ulang, keragaman produk, potongan harga, dan kepuasan pelanggan. Materi pada bab landasan teori mencakup hipotesis dan tinjauan pustaka.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ini berisi topik-topik sebagai berikut: jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis data, dan sistematika penulisan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini meliputi hasil dan pembahasan penelitian, analisis, dan deskripsi data yang telah diuji.

BAB V : PENUTUP

Bagian ini berfungsi sebagai bagian kesimpulan dan rekomendasi. Diikuti dengan daftar pustaka dan lampiran lain yang diperlukan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berikut ini merupakan simpulan dari hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh keragaman produk dan potongan harga terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi kasus Griya Snack NS ATT Plurahan Talun Pekalongan):

1. Variabel Keragaman Produk (X1) mempunyai nilai signifikan $0,001 < 0,005$, untuk nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,015 > 1,985$, maka dinyatakan variabel Keragaman Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian ulang (Y). Dengan demikian menunjukkan bahwa H1 diterima.
2. Variabel Potongan Harga (X2) mempunyai nilai signifikan $0,575 > 0,005$, untuk nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $0,562 < 1,985$, maka dinyatakan variabel Potongan Harga (X2) positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian ulang (Y). Hipotesis nol (H0) diterima dan Hipotesis alternatif (Ha) ditolak, hal tersebut menunjukkan bahwa H2 ditolak.
3. Variabel Kepuasan Pelanggan (Z) mempunyai nilai signifikan $0,000 < 0,005$, untuk nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,381 > 1,985$, maka dinyatakan variabel Kepuasan Pelanggan (Z) berpengaruh positif dan

signifikan terhadap variabel keputusan pembelian ulang (Y). Dengan demikian menunjukkan bahwa H3 diterima.

4. Variabel Keragaman Produk (X1) mempunyai nilai Prob. (Signifikasi) $0,000 < \alpha (0,05)$, untuk nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7,399 > 1,985$, maka dinyatakan variabel Keragaman Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Z). Dengan demikian menunjukkan bahwa H4 diterima.
5. Variabel Potongan Harga (X2) mempunyai nilai Prob. (Signifikasi) $0,622 > \alpha (0,05)$, untuk nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $0,494 < 1,985$, maka dinyatakan variabel Potongan Harga (X2) positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Z). Dengan demikian menunjukkan bahwa H5 diterima.
6. Berdasarkan uji sobel dalam penelitian ini bahwa variabel keragaman produk (X1) mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $0,028 < 1,985$, maka kepuasan pelanggan (Z) tidak memediasi variabel keragaman produk (X1) terhadap keputusan pembelian ulang (Y). Dengan demikian menunjukkan bahwa H6 ditolak.
7. Berdasarkan uji sobel dalam penelitian ini bahwa variabel potongan harga (X2) mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $0,562 < 1,985$, maka kepuasan pelanggan (Z) tidak memediasi variabel potongan harga (X2) terhadap keputusan pembelian ulang (Y). Dengan demikian menunjukkan bahwa H7 ditolak.

B. Saran

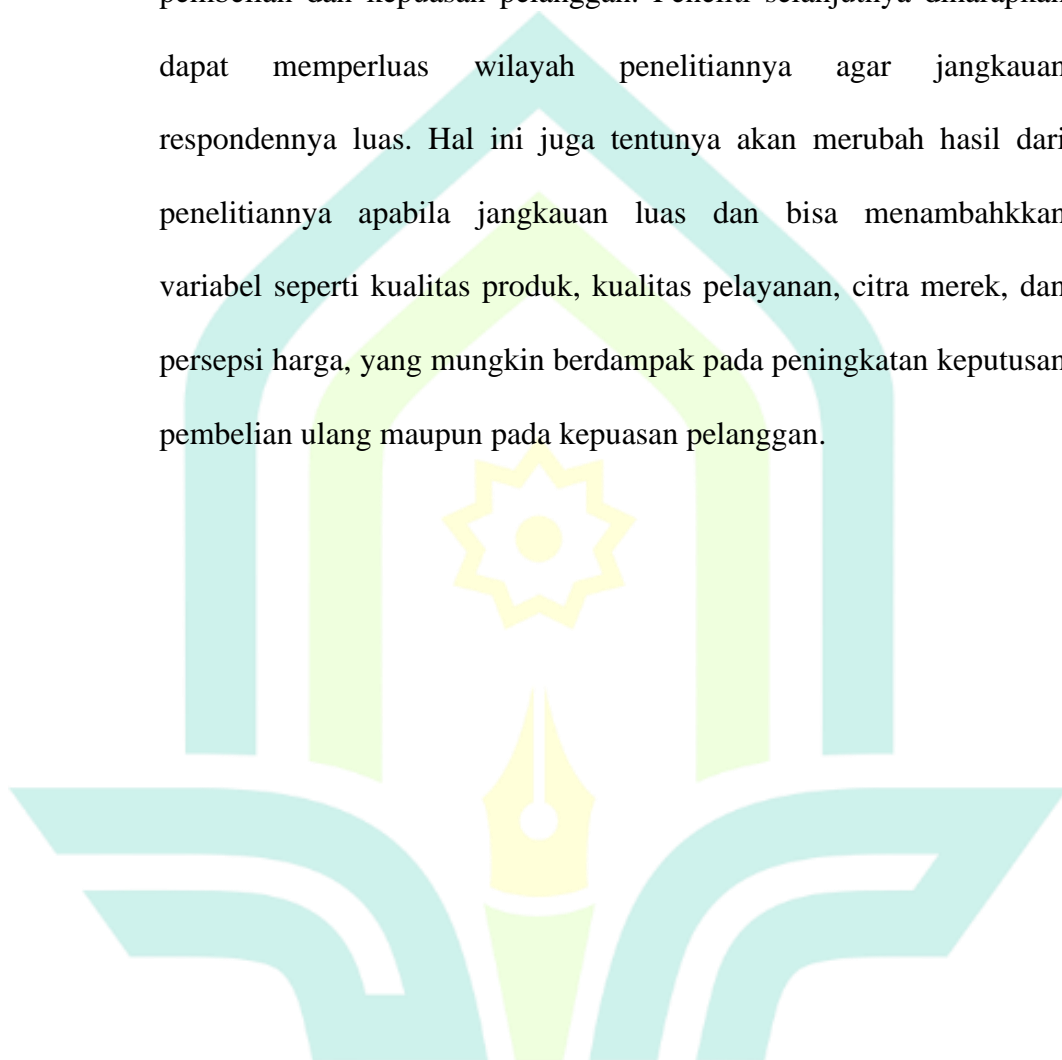
Penulis dapat memberikan rekomendasi berikut berdasarkan temuan, pembahasan, dan simpulan penelitian ini :

1. Bagi Pelaku Usaha

- a) Terkait dengan keragaman produk, seperti yang sudah pelaku usaha jalankan hingga saat ini yaitu selalu mendengarkan request dari pelanggannya agar lebih bisa menginovasi dan mengupgrade keragaman produknya untuk mempertahankan pelanggan Griya Snack NS ATT. Sampai saat ini produk yang diproduksinya sesuai dengan selera masyarakat, sehingga bisa menjadi citra bagus untuk Griya Snack NS ATT dan terus bersaing di pasarnya.
- b) Terkait dengan potongan harga, pelaku usaha perlu melakukan riset pasar untuk memastikan potongan harga produk agar tetap kompetitif dibandingkan dengan pesaing. Potongan harga yang diberikan Griya Snack NS ATT saat ini dinilai mampu mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang, namun penilaian terhadap peningkatan program tersebut masih diperlukan untuk meningkatkan minat pelanggan dalam melakukan pembelian ulang, khususnya untuk barang-barang diskon. Semakin efektif program diskon yang ditawarkan dan diterima oleh pelanggan, semakin besar kemungkinan program tersebut akan meningkatkan penjualan ulang dan membangun reputasi positif karena pelanggan merasa puas.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel independen, serta mungkin tidak kembali menggunakan variabel potongan harga karena tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas wilayah penelitiannya agar jangkauan respondennya luas. Hal ini juga tentunya akan merubah hasil dari penelitiannya apabila jangkauan luas dan bisa menambahkan variabel seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek, dan persepsi harga, yang mungkin berdampak pada peningkatan keputusan pembelian ulang maupun pada kepuasan pelanggan.



DAFTAR PUSTAKA

- Apriliana, E. S. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pakaian Syar'I (Studi Kasus Mahasiswi Uin Antasari Banjarmasin). *Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 5(1), 10. <https://doi.org/10.31602/iqt.v5i1.2140>
- Ariyanti, R., Notoatmojo, M. I., Mulyapradana, A., & S., P. (2021). Pengaruh Potongan Harga Dan Penataan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Matahari Departemen Store Pekalongan (Studi Kasus Produk Cardinal Shoes Ladies). *Jurnal Litbang Kota Pekalongan*, 20(1), 55–63. <https://doi.org/10.54911/litbang.v20i.145>
- Diana, M. F., Wiryaningtyas, D. P., & Harisandi, Y. (2022). Pengaruh Promosi Online Dan Keragaman Produk Dalam Menentukan Kepuasan Konsumen Pada Healthymask.Idn Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(3), 478. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i3.1981>
- Dora, Y. M., & Sukma, C.-. (2022). Pengaruh Keragaman Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Di Online Shop Ig Mamameramu. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Performa*, 19(2), 81–91. <https://doi.org/10.29313/performa.v19i2.10095>
- Duryadi. (2021). Buku Ajar, Metode Penelitian Ilmiah. Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis Menggunakan Smartpls. In *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik* (Vol. 7, Nomor 1).
- Elayanti, Mitariani, I. (2022). Pengaruh brand image, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada produk wardah di kabupaten badung. *Jurnal Emas*, 3, 1–11.
- Fahmi, N., Mahmud, M., Hafid, R., Ilato, R., Bahsoan, A., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh Penetapan Harga Promo Terhadap Keputusan Pembelian di Outlet

- Indomaret. *Journal of Economic and Business Education*, 1(3), 158–175.
<https://doi.org/10.37479/jebe.v1i3.23093>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Edisi 5).
Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory* (Apriya (ed.); VIII). Yoga Pratama.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2015). *Dasar-dasar Ekonometrika* (E. Mrdanugraha, S. Wardhani, & C. Mangunsong (ed.); Edisi 5 Bu). McGraw-Hill Education (Asia) and Salemba Empat (an Imprint of Penerbit Salemba).
- Handayani, D. C., & Zaini, M. (2024). Sociolla Pengaruh Brand Image , E-Service Quality , dan Relationship Marketing terhadap Repurchase Intention Melalui Peningkatan Customer Trust Pada Beauty E-Commerce Sociolla. *MSEJ: Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 5090–5102.
- Hanim, L., Soponyono, E., & Maryanto, M. (2022). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 30–39.
<https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1452>
- Hapsari, B. C., & Astuti, S. R. T. (2022). Pengaruh Keragaman Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang di Toko Online Lazada dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 11(2), 1–15.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Hasanati, M., Widjaje Srinata Wirasaid Umas, L. A. P., & Retnowati, W. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Di Toko Online. *Unram Management Review*, 1(1), 35–41.
<https://doi.org/10.29303/ju.v1i1.26>

- Ilham Hadi Nur Yufa, D., & Dwi Lestari, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 614–626.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (1 ed.). Unitomo Press.
- Jaber, L., Basalamah, R., & Wahono, B. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Toko dan Keragaman Produk Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Sardo Swalayan Kota Malang). *e-Jurnal Riset Manajemen*, 10(9), 58–75. www.fe.unisma.ac.id
- Karim, K. (2021). Kajian Mengenai Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Kota Makassar. *Fordebi*, 1(March 2021), 1–20.
- Krismonanda, F., & Iskandar, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Susu Setia Di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 21(2), 36–48. <https://doi.org/10.53640/jemi.v21i2.953>
- Latan, H., & Temalagi, S. (2013). *Analisis multivariate teknik dan aplikasi : menggunakan program IBM SPSS 20.0* (Cet. 1). Alfabeta.
- Lestari, A. P. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Diskon Dan Kualitas Produk. *Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo Alamat*, 1–11. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/114968>
- Liwe, F. (2013). Kesadaran Merek, Keragaman Produk dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli di Kentucky Fried Chicken Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4), 2107–2116. <https://doi.org/10.35794/emba.1.4.2013.3420>

- Mansur, A. (2020). Pengaruh Potongan Harga dan Bonus Pack Terhadap Pembelian Tidak Terencana. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 9.
- Mirandi, O. A. S., & Rimiwati, H. (2023). Pengaruh Diskon, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Minat Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Matahari Department Store Yogyakarta. *Journal of Business and Halal Industry*, 1(2), 1–10. <https://doi.org/10.47134/jbhi.v1i2.106>
- Murniati, M. P., Purnamasari, V., R, S. D. A., C, A. A., Sihombing, R., & Warastuti, Y. (2019). Alat-Alat Pengujian Hipotesis. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 15, Nomor 2).
- Nadira Badarudin, Tumbuan, W. J. F. A., & Ogi, I. W. J. (2021). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, Suasana Toko, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Paragon Mart Kabupaten Kepulauan Sangihe. *Jurnal EMBA*, 9(3), 312–322. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34720/32566>
- Nurdiansah, A., & Widyastuti, W. (2022). Pengaruh Price Discount Terhadap Customer Satisfaction Dan Repurchase Intention (Studi Pada Pengguna Shopee Food). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(8), 1495–1514. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.198>
- Pawarti, G., Ngatno, N., & Hadi, S. P. (2022). Pengaruh Variasi Produk terhadap Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen Supermaret Toko Pomo Boyolali). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 1–8. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33540>
- Prawita, D., Lukitaningsih, A., & Welsa, H. (2021). Analisis Price Discount Dan Perceived Usefulness Terhadap Minat Pembelian Ulang Menggunakan Fintech Melalui Intervening Customers Satisfaction (Studi Kasus Pada

- Pengguna Aplikasi Gopay Di Kota Yogyakarta). *Upajiwa Dewantara*, 4(2), 147–160. <https://doi.org/10.26460/mmud.v4i2.8796>
- Rijadi, P. K., & Fadhilah, S. N. (2022). Laba Dalam Pandangan Ekonomi Islam (Studi Kasus di Minimarket Family Bekasi). *DIRHAM: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 21–29.
- Riska Ayu Pramesthi. (2020). *Riska Ayu Pramesthi*. 18(2), 179–192.
- Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20164>
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10, 1–20.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Shendy Alvian, M., & Prabawani, B. (2021). Pengaruh Sales Promotion Dan Keragaman Produk Pada Shopee Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, IX(IV), 1–10. <https://www.semanticscholar.org/paper/PENGARUH-SALES-PROMOTION-DAN-KERAGAMAN-PRODUK-PADA-Alvian-Prabawani/c1e6df34417ab9b31f23d07f01a16c5485432fe3>
- Simange, C., Tawas, H. N., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Potongan

- Harga, Citra Merek, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Di Alfamidi Kec. Tobelo Tengah. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(3), 761–771. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.50226>
- Sofya, D. N., & Purwanto, S. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang “Slai O’lai.” *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 6(3), 28. <https://doi.org/10.32503/jmk.v6i3.1871>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian; Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (29 ed.). CV. Alfabeta.
- Suryati, L. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Di Café 38 Coffee Lab Yang Di Mediasi Electronic Word Of Mouth Marketing. *Literasi Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 104–119.
- Syahlani, A., & Setyorini, D. (2023). Pengujian Secara Empiris (Uji Validitas dan Reliabilitas) Instrumen Minat Belajar Matematika Siswa. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume*, 3(5), 1607–1619.
- Untung, M. S. (2019). *Metodologi Penelitian; Teori dan Praktik Riset Pendidikan dan Sosial*. Litera.
- Widjaya, E., Srikandi, P., & Yulianto, K. E. (2021). Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(2), 184–193.
- Yuanita, D., & Wjaya, N. K. (2022). Pelaksanaan Khiyar Dalam Transaksi Jual Beli Online di Shopee. *Jurnal Al-Hakim*, 4(1), 117–127.