

**PENGARUH KEPUASAN, MARKETING MIX DAN
GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI ULANG
KONSUMEN PADA TOKO AMRI COLLECTION
SIMPANG RANTOJIOR DESA HAJORAN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



OLEH

PAHMI ROSYADI RITONGA
19.012.00.333


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


NAMA : PAHMI ROSYADI RITONGA
NPM : 19.012.00.333
PROGRAM STUDI : S1-MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KEPUASAN, MARKETING MIX DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA TOKO AMRI COLLECTION SIMPANG RANTOJIOR DESA HAJORAN

RANTAUPRAPAT, JULI 2023


PEMBIMBING I


H. Novrihan Leily Nasution, SE.M.Si
NIDN : 0122117202

PEMBIMBING II


Zufrie, M.M
NIDN : 0116126701

Menyetujui :


Pratiyono, SE., M.Si
NIDN.0116118301


Abu Halim, SE., M.Si
NIDN. 0126128901

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

NAMA : PAHMI ROSYADI RITONGA
NPM : 19.012.00.333
PROGRAM STUDI : S1-MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KEPUASAN, MARKETING MIX DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA TOKO AMRI COLLECTION SIMPANG RANTOJIOR DESA HAJORAN

Dengan ini Penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika dikemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat, 2023
Yang Membuat Pernyataan



PAHMI ROSYADI RITONGA

ABSTRAK

PAHMI ROSYADI RITONGA. NPM. 19.012.00.333. PENGARUH KEPUASAN, MARKETING MIX DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA TOKO AMRI COLLECTION SIMPANG RANTOJIOR DESA HAJORAN, 2023. Skripsi.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti PENGARUH KEPUASAN, MARKETING MIX DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA TOKO AMRI COLLECTION SIMPANG RANTOJIOR DESA HAJORAN. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dan disebar kepada 60 sampel penelitian yaitu konsumen amri collection. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 20. Teknik pengujian data yang dilakukan pada penelitian ini meliputi uji validitas dan reabilitas, Uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan Pengujian secara parsial dan simultan. Hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang hal ini terlihat dari nilai T hitung > T tabel ($2,133 > 2,012$), marketing mix berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang hal ini terlihat dari nilai T hitung > T tabel ($2,194 > 2,102$), gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang hal ini terlihat dari nilai T hitung > T tabel ($3,275 > 2,102$), secara simultan kepuasan, marketing mix dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang hal ini terlihat dari nilai F hitung > F tabel ($15,264 > 2,58$)

Kata Kunci : Kepuasan, Marketing mix, gaya hidup dan minat beli ulang

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas segala kemudahan yang Allah SWT berikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini merupakan syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi S1 Manajemen pada Universitas Labuhanbatu.

Skripsi yang penulis susun memiliki judul yaitu “**PENGARUH KEPUASAN, MARKETING MIX DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA TOKO AMRI COLLECTION SIMPANG RANTOJIOR DESA HAJORAN**”

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak luput dari bantuan dan bimbingan serta dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan Terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan, yaitu :

1. Bapak Ade Parlaungan Nasution, SE, M.SI, Ph.D, Selaku Rektor Universitas
2. Bapak Pristiyono, SE, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Abd. Halim, SE, M.Si Selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
4. Ibu Hj Novrihan Leily Nasution, SE,M.Si, selaku pembimbing I yang sudah banyak membimbing dan memberikan arahan kepada penulis selama proses penyusunan

5. Bapak Zufrie, M.M, selaku Pembimbing II yang telah membimbing dengan sabar selama penyusunan skripsi ini.
6. Kepada seluruh dosen fakultas ekonomi dan bisnis universitas labuhanbatu.
7. Teristimewa kepada kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa dan semangat kepada saya untuk segera menyelesaikan penulisan skripsi.
8. Kepada seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan moril kepada penulis terkhusus siska novita, dhea Imelda, maria dan seluruhnya.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan kita semua, sebagai bahan referensi dan menambah wawasan ilmu pengetahuan Khususnya dibidang studi Manajemen.

Rantauprapat, Juli 2023

Peneliti,



PAHMI ROSYADI RITONGA

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	v
BAB I.PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan dan Perumusan Masalah	5
1. Batasan Masalah.....	5
2. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.LANDASAN TEORI	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Uraian Teori	11
1. Teori tentang kepuasan.....	12
a. Pengertian kepuasan	12
b. Faktor penentu kepuasan	13
c. Indikator kepuasan	14
2. Teori tentang marketing mix	15
a. Pengertian marketing mix	15
b. Tujuan marketing mix	15
c. Indikator marketing mix.....	16
3. Teori tentang gaya hidup.....	18
a. Pengertian gaya hidup	18
b. Faktor penentu gaya hidup	18
c. Indikator gaya hidup	19
4. Teori tentang minat beli ulang	22
a. Pengertian minat beli ulang	22
b. Faktor minat beli ulang	23
c. Indikator minat beli ulang	24
C. Kerangka Konseptual	25
D. Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III.METODE PENELITIAN	28
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
1. Lokasi Penelitian	28
2. Waktu Penelitian	28
B. Populasi dan Sampel Penelitian	29

1. Populasi	29
2. Sampel	29
C. Definisi Operasional Variabel	30
D. Jenis dan Sumber Data	31
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Uji Instrumen Penelitian.....	33
G. Metode Analisis Data	33
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Hasil Penelitian	46
1. Gambaran Perusahaan (Visi, Misi, Struktur Organisasi, Job Deskripsi).....	46
2. Hasil Deskriptif Responden.....	52
3. Hasil Deskriptif Variabel Penelitian.....	53
4. Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas)	60
5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda (Uji t, Uji f dan Koefisien Determinan)	65
B. Pembahasan	70
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN KUESIONER.....	79

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
Tabel 3.1	Jadwal Kegiatan	24
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel.....	26

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
	Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	22

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner	71