



DIFERENSIASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA RESTORAN SAOENK KITO DI KOTA TANGERANG

Marsin

Universitas Budi Luhur Jakarta



1. Latar Belakang

Makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yaitu untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya.

2. Rumusan Masalah

Perumusan masalah dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Apakah diferensiasi produk berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen?.
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen?.
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen?.
4. Apakah diferensiasi produk, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen?.

3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh Diferensiasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen.



1. Minat Beli Ulang

Minat beli ulang merupakan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian kembali suatu produk atau jasa berdasarkan atas pengalaman dengan mengeluarkan biaya untuk memperoleh barang atau jasa, serta cenderung dilakukan secara berkala (Hellier Holic, 2003).

2. Diferensiasi Produk

Diferensiasi produk adalah salah satu strategi perusahaan untuk membedakan produknya terhadap produk pesaing (Kotler & Keller, 2007:385).

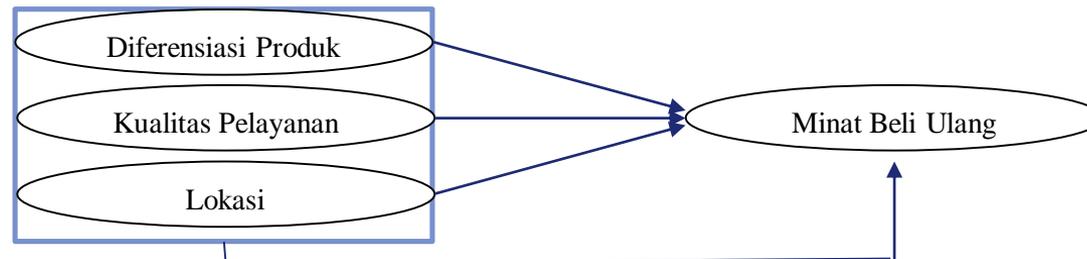
3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah penilaian (suatu bentuk dari sikap) dan merupakan hasil dari perbandingan yang dilakukan oleh nasabah mengenai harapan dan persepsi actual mengenai jasa yang mereka terima (Parasuraman dalam Kotler, 2000, 440).

4. Lokasi

Menurut Kotler dalam Swastha (2014 : 49), lokasi adalah tempat dimana suatu perusahaan atau aktivitas usaha dilakukan..

Model penelitian :



Sumber : Diolah oleh penulis, 2018



1. Desain

Penelitian asosiatif dan kuantitatif.

2. Sampel

Rumus Slovin : Rumus : $n = \frac{N}{1 + N (10\%)^2} = 75 \text{ orang.}$

3. Teknik Analisis :

Teknik analisis regresi linier berganda.



Hasil Uji Regresi Linier Berganda:

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.054	2.364		.023	.982		
Diferensiasi Produk	.494	.098	.554	5.023	.000	.280	3.566
Kualitas Pelayanan	.130	.056	.207	2.316	.023	.426	2.348
Lokasi	.192	.089	.187	2.151	.035	.450	2.222

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang Konsumen

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.870 ^a	.758	.747	2.118

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan, Diferensiasi Produk

b. Dependent Variable: Minat Beli Ulang Konsumen

Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	994.928	3	331.643	73.939	.000 ^a
	Residual	318.458	71	4.485		
	Total	1313.387	74			

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan, Diferensiasi Produk

b. Dependent Variable: Minat Beli Ulang Konsumen



Kesimpulan:

1. Diferensiasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen.
3. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen.
4. Diferensiasi produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen.

Implikasi:

1. Hasil penelitian mengenai variabel iDiferensiasi Produk yang diduga mempunyai pengaruh terhadap Minat Beli Ulang Konsumen, ternyata menunjukkan pengaruh yang signifikan, dimana nilai sig. (0,000) < (0,05) maka H_1 diterima.
2. Hasil penelitian mengenai variabel Kualitas Pelayanan yang diduga mempunyai pengaruh terhadap Minat Beli Ulang Konsumen, ternyata menunjukkan pengaruh yang signifikan, dimana nilai sig. (0,035) < (0,05) maka H_2 diterima.
3. Hasil penelitian mengenai variabel Lokasi yang diduga mempunyai pengaruh terhadap Minat Beli Ulang Konsumen, ternyata menunjukkan pengaruh yang signifikan, dimana nilai sig. (0,023) < (0,05) maka H_3 diterima.

TERIMAKASIH...