



**Pengaruh Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang Dengan  
Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening  
(Studi Kasus pada Konsumen Supermaret Toko Pomo, Boyolali)**

**SKRIPSI**

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1  
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama: Gurit Pawarti**

**NIM : 14020217120004**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA\*)

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

1. NamaLengkap : Gurit Pawarti
2. NomorIndukMahasiswa : 14020217120004
3. Tempat / Tanggal Lahir : Boyolali, 19 Juni 1999
4. Departemen / Program Studi : S1- Administrasi Bosnis
5. Alamat : Lontrong RT.18/RW.03, Karangkendal,  
Tamansari, Boyolali

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi / TA) yang saya tulis berjudul:

**Pengaruh Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang dengan  
Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening  
(Studi kasus pada konsumen Supermaret Toko Pomo, Boyolali)**

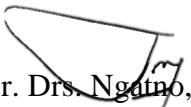
Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20 %.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 14 Maret 2022

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing

  
Dr. Drs. Ngaino, MM  
NIP. 196205061988031006  
14020217120004

Pembuat Pernyataan,

  
Gurit Pawarti  
NIM.

Ketua Program Studi

  
Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.  
NIP. 197603302003122001

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul skripsi : "Pengaruh Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen Supermarket Toko Pomo, Boyolali)".

Nama Penyusun : Gurit Pawarti

NIM : 14020217120004

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 1 April 2022


Dekan



Dr. Hardi Warsono, M.T.P.

NIP. 19640827 199001 1 001

Wakil Dekan 1



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.pol.Admin

NIP. 19690822 199403 1 003

### Dosen Pembimbing

1. Dr. Drs. Ngatno, MM

(.....)

2. Prof. Sudharto P. Hadi, MES, PhD

(.....)

### Dosen Penguji

1. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si

(.....)

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

*“Seberapa keras usaha yang dilakukan, doa yang dipanjatkan serta kesabaran maka itulah hasil syukur yang kau dapatkan”*

### PERSEMBAHAN

1. Kepada diri sendiri, dengan bangga yang sudah mampu berjuang menyelesaikan segala rintangan perskripsian.
2. Kepada superhero yaitu bapak saya Biyono, yang sudah memberikan dukungan agar dapat menyelesaikan skripsi, Alm Ibu Damiyati yang sudah melahirkan saya, serta kakak Deni dan Darsono dan adik Priyas. Keponakan yang selalu krecokin dek Uwah imida anyongg (Laura Dania Putri).
3. Adi, teman yang selalu membantu dan menemani dari awal pembuatan skripsi hingga akhir.
4. Teman baik saya, ‘Sayang’: Nadia, Ata, Dyah dan Resti.
5. Teman yang sudah membantu dalam penyusunan skripsi: Ifa Nur, Annisa, Aswina, Marta, Adella dan Winda IPS2.
6. Teman Bestie sejak awal kuliah: Nadia, Ata, Dyah, Resti, Violita, Annisa, Vnia, Ifa Nur, Ria, Mega, Isna, Latifa, dan Septia.
7. Nyinyir Family Squad, teman selama kos di Tembalang: Sabella, Yasmin, Risma, Vivi, Mba Wahyu, Mba Nanda, Mba Maria dan Mba Andis. Serta Safira, Nunu, Deshinta.
8. Seluruh teman angkatan Administrasi Bisnis 2017 serta pihak-pihak yang secara langsung dan tidak langsung sudah membantu penulis.

**“Pengaruh Variasi Produk terhadap Pembelian Ulang dengan Kepuasan  
Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen  
Supermarket Toko Pomo, Boyolali)”**

**ABSTRAK**

Seiring dengan perkembangan zaman, menyebabkan terjadinya peningkatan pertumbuhan ekonomi salah satunya dibidang perdagangan. Pertumbuhan perdagangan dapat mendorong kebutuhan dan keinginan konsumen yang sangat beragam, sehingga pusat perbelanjaan juga semakin tumbuh secara pesat. Salah satu tempat berbelanja kebutuhan konsumen ialah Supermarket Toko Pomo, Boyolali. Toko Pomo merupakan penyedia kebutuhan sehari-hari pokok dan non pokok yang berada di kota Boyolali.

Tujuan penelitian ini dilakukan guna mengetahui pengaruh variasi produk (X) terhadap pembelian ulang (Y) dengan kepuasan konsumen (Z) sebagai variabel intervening studi pada Konsumen Supermarket Toko Pomo Boyolali. Tipe penelitian *Explanatory Research* dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui *google form* dan wawancara. Teknik pengumpulan sampel menggunakan *Nonprobability Sampling* dengan jenis teknik *sampling insidental* dan *purposive sampling*, sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 responden konsumen yang telah melakukan pembelian berulang. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi, uji determinasi, uji regresi linier sederhana, uji t dan uji sobel dengan bantuan aplikasi komputer yaitu *Statistical Product and Service Solution* atau SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil uji determinasi sebesar 31,3%. Variasi produk memberikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang dengan hasil uji determinasi sebesar 36,6%. Variabel kepuasan konsumen memberikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang dengan hasil uji determinasi sebesar 51,8% dan melalui uji sobel diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh variasi produk terhadap pembelian melalui kepuasan konsumen dengan nilai t hitung 4,804 dan Nilai *p-value* sebesar 0,00000155.

Kesimpulannya ialah variasi produk mempengaruhi pembelian ulang melalui kepuasan konsumen. Terdapat beberapa saran yang diberikan kepada Supermarket Toko Pomo yaitu perlu menambahkan varian produk dan ukuran produk yang lebih beragam, perlu menyediakan pembelian via online dan menyediakan wadah kotak kritik saran.

Kata kunci : variasi produk, pembelian ulang, kepuasan konsumen.

***"The Effect of Product Variations on Repurchase with Consumer Satisfaction as an Intervening Variable (Case Study on Consumer Supermarket Pomo Shop, Boyolali)"***

**ABSTRACT**

*Along with the times, it causes an increase in economic growth, one of them is in the trade sector. The growth of trade can encourage the needs and desires of consumers who are very diverse, so that shopping centers are also growing rapidly. One of the shopping places for consumer needs is Supermarket Pomo Shop, Boyolali. Pomo shop is a provider of basic and non-basic daily needs in the city of Boyolali.*

*The purpose of this study was to find out the effect of product variations (X) on repeat purchases (Y) with consumer satisfaction (Z) as an intervening variable in the study of Supermarket Consumers at Pomo Boyolali Stores. This type of research is Explanatory Research by collecting data questionnaires through google forms and interviews. The sampling technique used was Nonprobability Sampling with incidental and purposive sampling techniques. The sample used in this study was 100 consumer respondents who had made repeated purchases. The data analysis technique used validity test, reliability test, correlation test, determination test, simple linear regression test, t test and Sobel test with the help of a computer application, namely Statistical Product and Service Solution or SPSS version 25.*

*The results showed that product variations had a positive and positive effect and significant to customer satisfaction with the results of the determination test of 31.3%. Variations of product have a positive and significant effect on repeat purchases with the results of the determination test of 36.6%. The consumer satisfaction variable has a positive and significant effect on repurchase with the results of the determination test of 51.8% and through Sobel test the results show that there is an effect of product variation on purchases through consumer satisfaction with t-value 4.804 and p-value 0.00000155.*

*The conclusion is that product variations affect repeat purchases through customer satisfaction. There are several suggestions given to the Pomo Shop Supermarket, namely the need to add product variants and product sizes that are more diverse, the need to provide online purchases and provide a box for criticism suggestions.*

*Keywords: product variation, repeat purchase, customer satisfaction.*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan hidayah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro. Dengan sadar penulis menyusun skripsi dengan judul: **“Pengaruh Variasi Produk terhadap Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Supermarket Toko Pomo Boyolali)”**.

Selama menyusun Tugas Akhir/Skripsi penulis tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah membantu, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

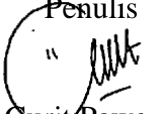
1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang yang sudah memberikan kesempatan penulis untuk menyusun Skripsi.
2. Dr. Widiartanto, S.Sos M.A.B selaku ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik yang sudah memberikan kesempatan penulis untuk menyusun Skripsi.
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik yang sudah memberikan kesempatan penulis untuk menyusun Skripsi sekaligus sebagai dosen penguji dan dosen wali yang sudah membantu selama masa perkuliahan.
4. Dr. Drs. Ngatno,. MM selaku dosen pembimbing 1 yang sudah memberikan bimbingan, arahan, nasihat selama penyusunan skripsi ini.
5. Prof. Sudharto P. Hadi, MES, PhD selaku dosen pembimbing 2 yang sudah memberikan bimbingan, arahan, nasihat selama penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, khususnya dosen Departemen Administrasi Bisnis yang sudah memberikan

ilmu yang sangat bermanfaat selama proses belajar di bangku perkuliahan.

7. Kepada Bapak Pomo selaku pemilik Supermarket Toko Pomo Boyolali yang sudah memberikan ilmu dan ijin untuk melakukan penelitian serta seluruh karyawan Toko Pomo khususnya Mba Ulfa.
8. Seluruh responden Toko Pomo yang sudah berkenan dan membantu mengisi kuesioner penelitian.

Dalam penyusunan, penulis menyadari bahwa Skripsi yang dibuat masih banyak kekurangan dan kesalahan. Semoga pihak yang menggunakan laporan ini dapat sebagai bahan referensi pada masa yang akan datang. Semoga Allah Swt memberikan rahmat, kesehatan, panjang umur dan rezekinya kepada kita semua dan orang yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi kita semua. Amin

Semarang, 14 Maret 2022

Penulis  
"   
Gurit Pawarti



## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA*) .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Kerangka Teori.....	8
1.5.1 Grand Teori Perilaku Kosumen.....	8
1.5.2 Faktor-Faktor Mempengaruhi Pembelian Ulang .....	11
1.5.4 Pembelian Ulang.....	14
1.5.5 Kepuasan Konsumen .....	16
1.5.6 Penelitian Terdahulu.....	18
1.6 Hipotesis .....	19
1.7 Definisi Konsep .....	20
1.7.1 Variasi Produk .....	20
1.7.2 Pembelian Ulang.....	20
1.7.3 Kepuasan Konsumen .....	20
1.8 Definisi Operasional .....	21
1.8.1 Variasi Produk .....	21
1.8.2 Pembelian Ulang.....	21
1.8.3 Kepuasan Konsumen .....	22
1.9 Metode Penelitian .....	22
1.9.1 Tipe Penelitian.....	22

1.9.2	Populasi dan Sampel.....	22
1.9.3	Teknik Pengumpulan Sampel.....	23
1.9.4	Sumber Data dan Jenis Data.....	24
1.9.5	Skala pengukuran.....	25
1.9.6	Teknik Pengumpulan Data .....	25
1.9.7	Teknik Pengolahan Data.....	26
1.9.8	Teknik Analisis Data .....	27
<b>BAB II GAMBARAN UMUM SUPERMARKET TOKO POMO DAN GAMBARAN UMUM RESPONDEN.....</b>		<b>35</b>
2.1	Sejarah Supermarket Toko Pomo .....	35
2.2	Visi Dan Misi Supermarket Toko Pomo .....	36
2.2.1	Visi.....	36
2.2.2	Misi .....	36
2.3	Logo Supermarket Toko Pomo.....	36
2.4	Struktur Organisasi .....	37
2.5	Lokasi Perusahaan .....	39
2.6	Hari Kerja .....	40
2.7	Gambaran Umum Responden Penelitian.....	41
2.7.1	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
2.7.2	Gambaran Responden Berdasarkan Umur.....	42
2.7.3	Gambaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	43
2.7.4	Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
2.7.5	Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan .....	45
<b>BAB III Pengaruh Variasi Produk terhadap Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening .....</b>		<b>46</b>
3.1	Penyajian Validitas dan Reliabilitas .....	46
3.1.2	Uji Reliabilitas .....	49
3.2	Analisis Deskripsi Variabel .....	51
3.2.1	Pendapat Responden mengenai Variabel Variasi Produk .....	51
3.2.2	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Variasi Produk .....	59
3.2.3	Kategorisasi Variabel Variasi Produk .....	61
3.2.4	Pendapat Responden mengenai Variabel Pembelian Ulang.....	63
3.2.5	Rekapitulasi Jawaban Responden Pembelian Ulang .....	67
3.2.6	Kategorisasi Variabel Pembelian Ulang.....	69
3.2.7	Pendapat Responden mengenai Variabel Kepuasan Konsumen .....	71

3.2.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen.....	76
3.2.9 Kategorisasi Variabel Kepuasan Konsumen .....	77
3.3 Uji Hipotesis .....	79
3.3.1 Analisis Uji Pengaruh Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen .....	79
3.3.1.1 Koefisien Korelasi (r) Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	79
3.3.1.2 Koefisien Determinasi Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	80
3.3.1.3 Uji Regresi Linier Sederhana Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen ....	81
3.3.1.4 Uji t Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	83
3.3.2 Analisis Uji Pengaruh Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang .....	84
3.3.2.1 Koefisien Korelasi (r) Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang .....	85
3.3.2.2 Koefisien Determinasi Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang .....	85
3.3.2.3 Uji Regresi Linier Sederhana Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang.....	86
3.3.2.4 Uji t Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang .....	88
3.3.3 Analisis Uji Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Pembelian Ulang .....	89
3.3.3.1 Koefisien Korelasi (r) Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Ulang .....	90
3.3.3.2 Koefisien Determinasi Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Ulang .....	90
3.3.3.3 Uji Regresi Linier Sederhana Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Ulang.	91
3.3.3.4 Uji t Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Ulang .....	93
3.3.4 Analisis Pengaruh Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening .....	94
3.3.4.1 Regresi Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	95
3.3.4.2 Regresi Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang .....	96
3.3.4.3 Regresi Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Ulang .....	97
3.3.4.4 Regresi Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen .....	98
3.3.4.5 Hasil Uji Mediasi Variabel Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang Terhadap Kepuasan Konsumen .....	99
3.3.4.6 Uji Sobel .....	100
3.4 Pembahasan .....	103
BAB IV PENUTUP.....	108
4.1 Kesimpulan .....	108
4.2 Saran .....	109
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN .....	115

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Prosentase Omset Penjualan Supermarket Toko Pomo .....	3
Tabel 1. 2	Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 1. 3	Pedoman Interpretasi koefisien Korelasi.....	30
Tabel 2. 1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	42
Tabel 2. 2	Identitas Responden Berdasarkan Umur Responden .....	42
Tabel 2. 3	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden .....	43
Tabel 2. 4	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden .....	44
Tabel 2. 5	Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Responden .....	45
Tabel 3. 1	Uji Validitas Variabel Variasi Produk.....	47
Tabel 3. 2	Uji Validitas Variabel Pembelian Ulang .....	48
Tabel 3. 3	Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	49
Tabel 3. 4	Hasil Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 3. 5	Kelengkapan Variasi Ukuran Kemasan Pada Produk .....	52
Tabel 3. 6	Variasi Ukuran Pada Setiap Merek .....	53
Tabel 3. 7	Tampilan Penataan Produk Menarik .....	54
Tabel 3. 8	Banyak Macam Variasi Produk.....	55
Tabel 3. 9	Tersedia Macam Produk yang Ditawarkan .....	56
Tabel 3. 10	Tersedia Macam Merek Dari Setiap Jenis Produk .....	57
Tabel 3. 11	Kualitas Keawetan produk.....	58
Tabel 3. 12	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Variasi Produk.....	59
Tabel 3. 13	Kategorisasi Variabel Variasi Produk .....	62
Tabel 3. 14	Keinginan untuk Membeli Ulang .....	64
Tabel 3. 15	Keinginan Untuk Berkunjung Kembali.....	65
Tabel 3. 16	Memilih Toko Pomo Sebagai Pilihan Utama.....	66
Tabel 3. 17	Merekomendasikan Toko Pomo Kepada Konsumen Lain.....	67
Tabel 3. 18	Rekapitulasi Jawaban Responden Pembelian Ulang.....	68
Tabel 3. 19	Kategorisasi Variabel Pembelian Ulang.....	70
Tabel 3. 20	Tingkat Kepuasan Dirasakan Setelah Pembelian .....	72
Tabel 3. 21	Pengalaman Sesuai Harapan.....	73
Tabel 3. 22	Kesenangan Menciptakan Tingkat Kepuasan.....	74
Tabel 3. 23	Toko Pomo Menyediakan Wadah Komplain .....	75
Tabel 3. 24	Rekapitulasi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen .....	76
Tabel 3. 25	Kategorisasi Variabel Kepuasan Konsumen .....	78
Tabel 3. 26	Hasil Koefisien Korelasi (r) Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	80
Tabel 3. 27	Koefisien Determinasi Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	81
Tabel 3. 28	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	82
Tabel 3. 29	Hasil Koefisien Korelasi (r) Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang.....	85
Tabel 3. 30	Koefisien Determinasi Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang .....	86
Tabel 3. 31	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang .....	87
Tabel 3. 32	Hasil Koefisien Korelasi (r) Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Ulang .....	90

Tabel 3. 33 Koefisien Determinasi Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Ulang ...	91
Tabel 3. 34 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Ulang.....	92
Tabel 3. 35 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	95
Tabel 3. 36 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang.....	96
Tabel 3. 37 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Ulang.....	97
Tabel 3. 38 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen.....	98
Tabel 3. 39 Hasil Regresi dan Koefisien (Variabel Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang Terhadap Kepuasan Konsumen).....	99
Tabel 3. 40 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	102
Tabel 3. 41 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	102

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Model Perilaku Konsumen.....	10
Gambar 1. 2 Model Hipotesis .....	20
Gambar 1. 3 Kurva Uji t (one tail test).....	33
Gambar 2. 1 Logo Supermarket Toko Pomo .....	36
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Supermarket Toko Pomo .....	37
Gambar 2. 3 Toko Pomo melalui Google Maps .....	39
Gambar 3. 1 Kurva Uji t Hipotesis Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	84
Gambar 3. 2 Kurva Uji t Hipotesis Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang .....	89
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Ulang .....	94
Gambar 3. 4 Hasil Uji Sobel Pengaruh Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening .....	103