



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KESADARAN
MEREK TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIATOR
(STUDI PADA KONSUMEN GELAEEL SUPERMARKET MALL CIPUTRA
SEMARANG)**

Skripsi

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

ANASTASIA RAHAYU SETYORINI

14030118140092

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

2022

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKIRPSI)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anastasia Rahayu Setyorini

NIM : 14030118140092

Departemen : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator (Studi Pada Konsumen Gelael Supermarket Mall Ciputra Semarang)

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 7 September 2022

Pembuat pernyataan



Anastasia Rahayu Setyorini

NIM 14030118140092

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator (Studi Pada Konsumen Gelael Supermarket Mall Ciputra Semarang)

Nama Penyusun : Anastasia Rahayu Setyorini

NIM : 14030118140092


Departemen : S1 - Administrasi Bisnis

Ternyata sah sebagai salah satu persyaratan guna menuntaskan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Semarang, 7 September 2022

Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.
NIP. 196408271990011001

Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin.
NIP. 1969082219940311003

Dosen Pembimbing

1. Prof. Dr. Drs. Ngatno, M.M.
2. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si



()
()

Dosen Penguji

1. Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB
2. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si
3. Prof. Dr. Drs. Ngatno, M.M.



()
()
()

MOTTO

“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur”

Filipi 4:6

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur selalu saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kasih dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin. Tidak lupa juga skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, karena berkat dan rahmat-Nya yang berlimpah selalu menyertai saya hingga saat ini.
2. Kedua orang tua saya, Bapak Antonius Budianto dan Ibu Indarti yang senantiasa tidak berhenti memberi dukungan dan doa kepada saya terlebih dalam proses penulisan skripsi ini.
3. Kepada Prof Ngatno dan Pak Wahyu selaku dosen pembimbing saya yang senantiasa mendukung, mengajarkan, membimbing, mengingatkan dan mengarahkan saya sehingga skripsi ini dapat selesai.
4. Terima kasih kepada teman-teman kuliah saya, Fraya, Caca, Acik, Fariz dan Willis karena telah menemani saya dari awal perkuliahan baik sejak offline maupun online walaupun dengan jarak yang jauh. Terimakasih karena selalu memberi semangat dan bantuan agar saya tidak malas untuk mengerjakan skripsi saya.
5. Terimakasih kepada teman-teman wacana club Christy, Ijink, dan Rey yang selalu ada untuk saya disaat senang maupun sedih. Terimakasih sudah menjaga keakraban ini dan selalu mengajak saya jalan-jalan.
6. Terimakasih kepada Mas Pascal yang selalu mengingatkan dan membangkitkan semangat saya untuk menyelesaikan skripsi. Terimakasih

untuk motivasi dan pertanyaan “kapan bimbingan lagi” sehingga saya terdorong untuk segera sidang skripsi dan wisuda.

7. Untuk teman – teman adbis angkatan 2018 yang sudah memberikan masukan dan membantu saya menjadi pribadi juga karakter yang lebih baik
8. Untuk kakak – kakak tingkat, yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang senantiasa membantu dan selalu menjawab juga menjelaskan dari semua pertanyaan saya serta nasihat – nasihat yang membuat saya menjadi lebih baik.

Terakhir, saya ingin berterimakasih kepada diri saya sendiri karena sudah bertahan dan berjuang hingga ke titik ini. Kamu luar biasa terbaik!

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KESADARAN
MEREK TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIATOR (STUDI
PADA KONSUMEN GELAEI SUPERMARKET MALL
CIPUTRA SEMARANG)**

ABSTRAK

Gelael merupakan salah satu supermarket yang ada di kota Semarang dan berlokasi di Mall Ciputra. Gelael Supermarket agar dapat bersaing dan membuat konsumen merasa puas hingga bersedia untuk melakukan keputusan pembelian kembali memiliki cara yaitu dengan melakukan kualitas pelayanan dan kesadaran merek yang baik dan maksimal sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumennya. Namun pada kenyataannya, kualitas pelayanan, kesadaran merek dan kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Gelael Supermarket tidak selalu mendapatkan respon positif dari konsumennya. Adanya penelitian ini memiliki tujuan untuk dapat membuktikan adanya pengaruh kualitas pelayanan dan kesadaran merek terhadap niat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai mediator pada konsumen Gelael Supermarket Mall Ciputra Semarang. Jumlah sample pada penelitian ini adalah sebanyak 150 responden yang pernah membeli produk di Gelael Supermarket Mall Ciputra Semarang minimal dua kali. Tipe penelitian ini yaitu explanatory research dan metode purposive sampling. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 26.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kesadaran merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang, kesadaran merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang melalui kepuasan pelanggan, dan kesadaran merek memiliki pengaruh positif terhadap niat beli ulang melalui kepuasan pelanggan. Saran yang dapat diberikan kepada Gelael adalah meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelatihan pegawai terkait informasi produk dan perusahaan serta meningkatkan kesadaran merek melalui pemasangan iklan agar Gelael mampu menjadi supermarket yang selalu teringat dalam benak pelanggan

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kesadaran Merek, Kepuasan Pelanggan, Niat Beli Ulang

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND BRAND
AWARENESS ON REPURCHASE INTENTION WITH
CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATOR
(STUDY ON CONSUMERS GELAEI SUPERMARKET MALL
CIPUTRA SEMARANG)***

ABSTRACT

Gelael is one of the supermarket in the city of Semarang located in Mall Ciputra. Gelael Supermarket to be able to compete and be able to make consumers feel satisfied to want to make a repurchase decision has a way, namely by doing good and maximum service quality and brand awareness in accordance with what is expected by consumers. However, in reality, the service quality, service quality, and customer satisfaction provided by Gelael Supermarket do not always get a positive response from its consumers. The purpose of this research is to prove the effect of service quality and brand awareness on repurchase intention with customer satisfaction as a mediator for Gelael Supermarket Mall Ciputra Semarang. The number of samples in this study were 150 respondents who had bought products at Gelael Supermarket Mall Ciputra Semarang at least twice. This type of research is explanatory research and purposive sampling method. The data analysis method in this study uses the SPSS version 26 application.

The results in this study indicate that service quality have a positive and significant influence on customer satisfaction, brand awareness have a positive and significant influence on customer satisfaction, service quality have a positive and significant influence on repurchase intention, brand awareness have a positive and significant influence on repurchase intention, service quality have a positive and significant influence on repurchase intention with customer satisfaction, and brand awareness have a positive influence on repurchase intention with customer satisfaction. The advice given by the researcher based on the results of the study is that Gelael Supermarket must increased service quality especially providing employee training related to product and company information and increasing brand awareness through advertising that make Gelael is able to become the first supermarket that comes in consumer's mind

Keywords: Service Quality, Brand Awareness, Customer Satisfaction, Repurchase Intention

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena rahmat dan karunia-Nya yang melimpah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator (Studi Pada Konsumen Gelael Supermarket Mall Ciputra Semarang)”** Sebagai salah satu syarat untuk memenuhi Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sangat menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan baik secara materil maupun moril dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan segenap ketulusan hati, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Hardi Warsono, M.TP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Widiartanto S.Sos, M.AB, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Dr. Reni Shinta Dewi S.Sos., M.Si. selaku kepala program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyusun skripsi
4. Prof. Dr. Drs. Ngatno, M.M selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi

5. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi
6. Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyusun skripsi.
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan. Keluarga saya yang selalu mendoakan dan memberikan semangat dalam penyusunan laporan ini.
8. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
9. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Saya sangat menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan membutuhkan perbaikan seiring waktu berjalan, sebagai bentuk kritik dan saran akan dengan senang hati diterima dan diharapkan dapat membantu dalam penulisan penelitian selanjutnya agar lebih baik lagi.

Semarang, 7 September 2022

Pembuat pernyataan



Anastasia Rahayu Setyorini

NIM. 14030118140092

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	ii
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKIRPSI).....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
1.5 Kerangka Teori.....	14
1.5.1 Perilaku Konsumen.....	14
1.5.2 Niat Beli Ulang.....	17
1.5.3 Kualitas Pelayanan.....	18
1.5.4 Kesadaran Merek.....	21
1.5.5 Kepuasan Pelanggan.....	23
1.5.6 Penelitian Terdahulu.....	24
1.5.7 Keterkaitan Antar Variabel.....	26
1.6 Hipotesis.....	30
1.7 Definisi Konseptual.....	31
1.7.1 Niat Beli Ulang (Y).....	32
1.7.2 Kualitas Pelayanan (X1).....	32
1.7.3 Kesadaran Merek (X2).....	32
1.7.4 Niat Beli Ulang (Y).....	32

1.8 Definisi Operasional.....	32
1.8.1 Niat Beli Ulang.....	33
1.8.2 Kualitas Pelayanan.....	33
1.8.3 Kesadaran Merek.....	34
1.8.4 Kepuasan Pelanggan.....	35
1.9 Metode Penelitian.....	35
1.9.1 Tipe Penelitian.....	35
1.9.2 Populasi dan Sampel.....	36
1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	37
1.9.4 Jenis dan Sumber Data.....	37
1.9.5 Skala Pengukuran.....	38
1.9.6 Teknik Pengambilan Data.....	39
1.9.7 Teknik Pengolahan Data.....	39
1.9.8 Instrumen Penelitian.....	40
1.9.9 Teknik Analisa Data.....	41
1.10 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
1.10.1 Uji Validitas.....	41
1.10.2 Uji Reliabilitas.....	42
1.11 Analisis Data.....	42
1.11.1 Koefisien Korelasi.....	42
1.11.2 Koefisien Determinasi.....	43
1.11.3 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	43
1.11.4 Uji Signifikansi (Uji t).....	44
1.11.5 Uji Sobel.....	44
BAB II.....	47
GAMBARAN UMUM GELAEEL SUPERMARKET MALL CIPUTRA.....	47
2.1 Sejarah Singkat Gelael Supermarket Mall Ciputra.....	47
2.1.1 Sejarah dan Perkembangan Gelael Supermarket Mall Ciputra.....	47
2.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	49
2.2.1 Visi Perusahaan.....	49
2.2.2 Misi Perusahaan.....	49
2.3 Logo Perusahaan.....	49
2.4 Lokasi Perusahaan.....	50
2.5 Struktur organisasi.....	50

2.6 Deskripsi Jabatan.....	51
2.7 Jam Operasional Perusahaan.....	52
2.8 Identitas Responden.....	53
2.8.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
2.8.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	54
2.8.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	55
2.8.4 Identitas Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	55
2.8.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	56
BAB III.....	58
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KESADARAN MEREK TERHADAP NIAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN	58
3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58
3.1.1 Uji Validitas.....	59
3.1.2 Uji Reliabilitas.....	63
3.2 Analisis Deskripsi Variabel.....	64
3.2.1 Presepsi Responden Terhadap Kualitas Pelayanan (X1).....	65
3.2.2 Presepsi Responden Terhadap Kesadaran Merek.....	81
3.2.3 Presepsi Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	94
3.2.4 Presepsi Responden Terhadap Niat Beli Ulang (Y).....	109
3.5 Uji Hipotesis.....	118
3.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	118
3.5.2 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	123
3.5.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang.....	128
3.5.4 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli Ulang.....	133
3.5.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang.....	138
3.5.5 Uji Sobel.....	143
3.6 Pembahasan.....	151
BAB IV.....	163
PENUTUP.....	163
4.1 Kesimpulan.....	163
4.2 Saran.....	165
Daftar Pustaka.....	169
LAMPIRAN.....	173

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Keluhan Pelanggan.....	7
Gambar 1. 2 Brand “Pasar Swalayan” Pilihan Konsumen.....	9
Gambar 1. 3 Model Perilaku Konsumen.....	16
Gambar 1. 4 Pengaruh Antar Variabel Penelitian.....	31
Gambar 1. 5 Kurva Uji t One Tail.....	44
Gambar 2. 1 Logo Gelael Supermarket.....	49
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Gelael.....	50
Gambar 3. 1 Kurva Uji t (One Tail Test) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	123
Gambar 3. 2 Kurva Uji t (One Tail Test) Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	128
Gambar 3. 3 Kurva Uji t (One Tail Test) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang.....	133
Gambar 3. 4 Kurva Uji t (One Tail Test) Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli Ulang.....	138
Gambar 3. 5 Kurva Uji t (One Tail Test) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	143
Gambar 3. 6 Hasil Uji Sobel Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan.....	147
Gambar 3. 7 Hasil Uji Sobel Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan.....	151

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan Gelael Supermarket Mall Ciputra.....	4
Tabel 1. 2 Jumlah Customer Gelael Supermarket Mall Ciputra.....	6
Tabel 1. 3 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 1. 4 Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi.....	42
Tabel 2. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 2. 2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 2. 3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	55
Tabel 2. 4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	56
Tabel 2. 5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	57
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1).....	60
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Kesadaran Merek (X2).....	61
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Z).....	62
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Niat Beli Ulang (Y).....	63
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 3. 6 Pelayanan sesuai dengan kebutuhan.....	66
Tabel 3. 7 Pelayanan tepat waktu.....	67
Tabel 3. 8 Pelayanan yang cepat dan tanggap.....	68
Tabel 3. 9 Kemampuan Pegawai Menginformasikan Produk.....	69
Tabel 3. 10 Keamanan dan Kenyamanan Layanan Yang Diberikan.....	70
Tabel 3. 11 Pengetahuan Pegawai Terkait Produk.....	71
Tabel 3. 12 Sikap Sopan Terhadap Konsumen.....	73
Tabel 3. 13 Sikap Suka Membantu Konsumen.....	74
Tabel 3. 14 Layout Ruangan.....	75
Tabel 3. 15 Penampilan Pegawai.....	76
Tabel 3. 16 Kelengkapan Produk.....	77
Tabel 3. 17 Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan...	78
Tabel 3. 18 Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan.....	81
Tabel 3. 19 Keberadaan Merek Gelael Supermarket.....	83

Tabel 3. 20 Merek Gelael Supermarket Dikenali dan Diakui.....	84
Tabel 3. 21 Logo Gelael Supermarket Mudah Dikenali Oleh Konsumen.....	85
Tabel 3. 22 Kemampuan Mengingat Kembali Merek Gelael Supermarket Diantara Merek Pesaing.....	86
Tabel 3. 23 Pengetahuan Tentang Harga dan Produk Gelael Supermarket.....	87
Tabel 3. 24 Gelael Supermarket Merek Yang Pertama Kali Diingat.....	89
Tabel 3. 25 Gelael Supermarket Memiliki Ciri Khas Tertentu.....	90
Tabel 3. 26 Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Kesadaran Merek.....	91
Tabel 3. 27 Kategorisasi Variabel Kesadaran Merek.....	94
Tabel 3. 28 Kualitas Produk Yang Ditawarkan Gelael Supermarket.....	96
Tabel 3. 29 Kinerja Pegawai Gelael Supermarket.....	97
Tabel 3. 30 Kebersihan dan Kerapian Gelael Supermarket.....	98
Tabel 3. 31 Keterjangkauan Harga Yang Ditawarkan.....	100
Tabel 3. 32 Promo Pembelian Produk.....	101
Tabel 3. 33 Perasaan bangga ketika berbelanja di Gelael Supermarket.....	102
Tabel 3. 34 Perasaan suka ketika berbelanja di Gelael Supermarket.....	103
Tabel 3. 35 Kemudahan mendapatkan produk di Gelael Supermarket.....	105
Tabel 3. 36 Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan.	106
Tabel 3. 37 Kategorisasi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	109
Tabel 3. 38 Minat Transaksional.....	110
Tabel 3. 39 Minat Referensial.....	111
Tabel 3. 40 Minat Preferensial.....	113
Tabel 3. 41 Minat Eksploratif.....	114
Tabel 3. 42 Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Niat Beli Ulang.....	115
Tabel 3. 43 Kategorisasi Variabel Niat Beli Ulang.....	117
Tabel 3. 44 Hasil Uji Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	119
Tabel 3. 45 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	120
Tabel 3. 46 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	121

Tabel 3. 47 Hasil Uji Koefisien Korelasi Kesadaran Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	124
Tabel 3. 48 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kesadaran Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	125
Tabel 3. 49 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Kesadaran Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	126
Tabel 3. 50 Hasil Uji Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang.....	129
Tabel 3. 51 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang.....	130
Tabel 3. 52 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang.....	131
Tabel 3. 53 Hasil Uji Koefisien Korelasi Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli Ulang.....	134
Tabel 3. 54 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli Ulang.....	135
Tabel 3. 55 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli Ulang.....	136
Tabel 3. 56 Hasil Uji Koefisien Korelasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang.....	139
Tabel 3. 57 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang.....	140
Tabel 3. 58 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang.....	141
Tabel 3. 59 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).....	145
Tabel 3. 60 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (Z) Terhadap Niat Beli Ulang (Y).....	146
Tabel 3. 61 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Kesadaran Merek (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).....	149
Tabel 3. 62 Hasil Uji Regresi Berganda Kesadaran Merek (X2) dan Kepuasan	

Pelanggan (Z) Terhadap Niat Beli Ulang (Y).....150