



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Pada Holland Bakery Pandanaran Di Kota Semarang)**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Meyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Sekar Ayu Shabrina

14020216140069

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

2020

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sekar Ayu Shabrina
NIM : 14020216140069
Departemen : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

**Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan
Keputusan Pembelian Sebagai Variabel *Intervening***

(Studi pada Holland Bakery Pandanaran di Kota Semarang)

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

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

Semarang, 16 September 2020

Pembuat Pernyataan,

Sekar Ayu Shabrina

NIM 14020216140069

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Holland Bakery Pandanaran di Kota Semarang)

Nama : Sekar Ayu Shabrina

NIM : 14020216140069

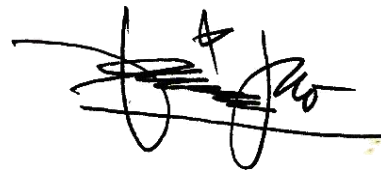
Departemen : Administrasi Bisnis

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

Semarang, 16 September 2020

Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Hardi Warsono, MTPDr.
NIP. 19640827 199001 1 001

Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 196908221994031003

Dosen Pembimbing

1. Agung Budiarmo, S.Sos., MM



(.....)

Dosen Penguji

1. Dra. Sri Suryoko M.Si.


(.....)

2. Dr.Drs. Ngatno, M.M.


(.....)

3. Agung Budiarmo, S.Sos., MM


(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Keep your eyes on the stars and your feet on the ground.”

—Theodore Roosevelt

Puji syukur kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayah dan Ibu yang selalu memeberikan doa, kasih sayang dan dukungan setiap saat. Semoga dengan menyelesaikan skripsi ini saya dapat membanggakan dan membahagiakan hati ayah dan ibu.
2. Kedua adik saya Nadhira dan Armita yang selalu menjadi teman terbaik saya dirumah yang selalu menjadi penghibur dan menjadi penyemangat saya.
3. Dosen Pembimbing Bapak Agung yang selalu memberi dukungan, semangat serta membimbing dalam penyusunan skripsi.
4. Salah satu orang terdekat yaitu Eggar yang selalu menyemangati saya dari sejak masuk dibangku perkuliahan hingga saat ini.
5. Angkatan 2016 Administrasi Bisnis yang telah membantu dan menemani saya selama menempuh pendidikan perkuliahan.
6. Sahabat perjuangan saya, Rani, Mutia, Mumei dan Juve yang senantiasa membantu saya dalam kondisi apapun, menjadi teman curhat yang menyenangkan dan lawan diskusi yang tajam.
7. Sahabat KKN saya, Candra dan Hanaf yang hingga saat ini masih menjadi dua orang yang selalu membantu dan menjadi teman yang menyenangkan.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI
ULANG DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (Studi pada Holland Bakery Pandanaran di Kota Semarang)**

ABSTRAKSI

Tingginya pertumbuhan industri makanan di Kota Semarang mengakibatkan semakin ketatnya persaingan di bidang makanan, sehingga setiap perusahaan perlu memikirkan cara untuk meningkatkan penjualan karena berdasarkan data omzet penjualan pada Holland Bakery Semarang menunjukkan adanya penurunan tiap tahunnya. Salah satu cara untuk meningkatkan penjualan yaitu dengan meningkatkan minat beli ulang konsumen. Terdapat banyak faktor dalam meningkatkan minat beli ulang konsumen seperti faktor kualitas produk maupun harga yang ditawarkan oleh perusahaan.

Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling*, dengan metode *accidental sampling* dan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara kepada 100 responden yang pernah melakukan pembelian produk pada Holland Bakery Pandanaran Semarang. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif dengan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi, uji t dengan aplikasi SPSS versi 22.0 serta analisis sobel untuk menguji pengaruh variabel intervening.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang melalui keputusan pembelian, terdapat pengaruh harga terhadap minat beli ulang melalui keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji sobel, terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang melalui keputusan pembelian dan harga terhadap minat beli ulang melalui keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji mediasi, keputusan pembelian merupakan variabel intervening parsial dalam memediasi pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang dan keputusan pembelian merupakan variabel intervening parsial dalam memediasi pengaruh harga terhadap minat beli ulang.

Adapun saran yang dapat diberikan kepada Holland Bakery Semarang agar lebih meningkatkan kualitas produk yang ada dan penetapan harga yang lebih terjangkau untuk konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Minat Beli Ulang, dan Keputusan Pembelian

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON REPURCHASE INTENTION WITH PURCHASE DECISION AS INTERVENING VARIABLES (Study on Holland Bakery Pandanaran in Semarang)

ABSTRACT

The high growth of the food industry in the city of Semarang has resulted in increasingly tighter competition in the food sector, so that every company needs to think about ways to increase sales because based on sales turnover data at Holland Bakery Semarang shows a decline every year. One way to increase sales is to increase consumer repurchase interest. There are many factors in increasing consumer repurchase interest, such as product quality factors and the price offered by the company.

This type of research is explanatory research. Sampling using nonprobability sampling technique, with accidental sampling and purposive sampling methods. Data collection techniques using questionnaires, interviews with 100 respondents who have purchased products at Holland Bakery Pandanaran Semarang. This research uses qualitative and quantitative analysis with validity, reliability, correlation coefficient, determination coefficient, regression analysis, t test with SPSS version 22.0 application and sobel analysis to test the effect of intervening variables.

The results of this study indicate that product quality has a significant and significant effect on purchasing decisions, prices have an effect and are significant on purchasing decisions, there is an effect of product quality on repurchase interest through purchasing decisions, there is an effect of price on repurchase interest through purchasing decisions. Based on the sobel test results, there is an effect of product quality on repurchase interest through purchasing decisions and price on repurchase interest through purchasing decisions. Based on the results of the mediation test, the purchase decision is a partial intervening variable in mediating the effect of product quality on repurchase intention and purchase decision is a partial intervening variable in mediating the effect of price on repurchase intention.

There are suggestions that can be given to Holland Bakery Semarang to further improve the quality of existing products and to set prices that are more affordable for consumers.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision and Repurchase Intention

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus. atas anugrah dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Holland Bakery Pandanaran di Kota Semarang)”** ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada :

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, MTPDr. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Reni Shinta Dewi S.Sos., M.Si. selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Agung Budiarmo, S.Sos., MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dra. Sri Suryoko M.Si. selaku dosen penguji.
5. Dr.Drs. Ngatno, M.M. selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.

8. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Apabila dalam penyusunan karya ilmiah ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 16 September 2020

Penulis

Sekar Ayu Shabrina

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis	14
1.5.1 Perilaku Konsumen	14
1.5.2 Kualitas Produk.....	19
1.5.3 Harga	21
1.5.4 Minat Beli Ulang.....	24
1.5.5 Keputusan Pembelian.....	27
1.5.6 Pengaruh Antar Variabel.....	29

1.6 Penelitian Terdahulu	32
1.7 Hipotesis.....	34
1.8 Definisi Konseptual.....	35
1.8.1 Kualitas Produk.....	35
1.8.2 Harga	36
1.8.3 Keputusan Pembelian.....	36
1.8.4 Minat Beli Ulang.....	36
1.9 Definisi Operasional.....	36
1.10 Metode Penelitian.....	39
1.10.1 Tipe Penelitian	39
1.10.2 Populasi dan Sampel	39
1.10.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	41
1.10.4 Jenis dan Sumber Data	42
1.10.5 Teknik Pengumpulan Data.....	44
1.10.6 Skala Pengukuran.....	45
1.10.7 Teknik Analisis Data.....	46
BAB II. GAMBARAN UMUM HOLLAND BAKERY SEMARANG DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	55
2.1 Sejarah Perkembangan Holland Bakery.....	55
2.2 Visi, Misi, dan Logo Perusahaan	56
2.2.1 Visi Holland Bakery.....	56
2.2.2 Misi Holland Bakery	57

2.2.3 Logo Holland Bakery.....	59
2.3 Struktur Organisasi Holland Bakery Pandanaran Semarang	60
2.4 Description Holland Bakery.....	61
2.5 Bidang Usaha	68
2.6 Jenis Produk dan Harga Produk Holland Bakery.....	69
2.7 Identitas Responden	72
2.7.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
2.7.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	73
2.7.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	74
2.7.4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	75
2.7.5 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	76
2.7.6 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Produk yang Sering Dibeli Konsumen	76
BAB III. PEMBAHASAN	78
3.1 Uji Validitas dan Realibilitas	79
3.1.1 Uji Validitas	79
3.1.2 Uji Reliabilitas	83
3.2 Analisis Deskripsi Variabel.....	84
3.2.1 Persepsi Responden terhadap Variabel Kualitas Produk (X1).....	85
3.2.2 Persepsi Responden terhadap Variabel Harga (X2).....	97
3.2.3 Persepsi Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Z).....	107
3.2.4 Persepsi Responden terhadap Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	116
3.3 Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	121

3.3.1 Koefisien Korelasi.....	121
3.3.2 Koefisien Determinasi.....	122
3.3.3 Uji t	124
3.4 Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang.....	125
3.4.1 Koefisien Korelasi Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang.....	125
3.4.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	126
3.4.3 Regresi Linier Sederhana	126
3.4.4 Uji t	128
3.5 Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	128
3.5.1 Koefisien Korelasi Harga terhadap Keputusan Pembelian	129
3.5.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	130
3.5.3 Regresi Linier Sederhana	130
3.5.4 Uji t	131
3.6 Analisis Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Ulang.....	132
3.6.1 Koefisien Korelasi Harga terhadap Minat Beli Ulang.....	132
3.6.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	133
3.6.3 Regresi Linier Sederhana	133
3.6.4 Uji t	135
3.7 Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Minat Beli Ulang.....	136
3.7.1 Koefisien Korelasi.....	136
3.7.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	136
3.7.3 Regresi Linier Sederhana	137

3.7.4 Uji t	138
3.8 Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Ulang sebagai variabel <i>intervening</i>	139
3.8.1 Uji mediasi Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang melalui Keputusan Pembelian	140
3.8.2 Hasil Uji Mediasi Uji Sobel Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang melalui Keputusan Pembelian	145
3.9 Analisis Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Ulang dengan Keputusan Pembelian sebagai variabel <i>intervening</i>	148
3.9.1 Uji Mediasi Harga terhadap Minat Beli Ulang melalui Keputusan Pembelian	148
3.9.2 Hasil Uji Mediasi Uji Sobel Harga terhadap Minat Beli Ulang melalui Keputusan Pembelian	154
3.10 Pembahasan.....	156
BAB IV. PENUTUP	162
4.1 Kesimpulan	162
4.2 Saran.....	164
DAFTAR PUSTAKA	167
LAMPIRAN.....	171

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Rata – Rata Roti Yang Tidak Habis Terjual	6
Tabel 1.2 Data Penjualan Holland Bakery Pandanaran	7
Tabel 1.3 Daftar Perbandingan Harga Roti Holland Bakery, Bread Talk dan Bread Life	9
Tabel 1.4 Penelitian terdahulu.....	32
Tabel 1.5 Pengembangan Model Teoritis	37
Tabel 1.6 Interpretasi terhadap Nilai r Hasil Koefisien Korelasi.....	49
Tabel 2.1 Menu Roti Holland Bakery	69
Tabel 2.2 Menu Kue Nampan Holland Bakery.....	70
Tabel 2.3 Daftar Menu Kue Holland Bakery	71
Tabel 2.4 Daftar Menu Cookies Holland Bakery.....	72
Tabel 2.5 Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 2.6 Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	74
Tabel 2.7 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	74
Tabel 2.8 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	75
Tabel 2.9 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	76
Tabel 2.10 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Produk yang Sering Dibeli	77
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	80
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Harga (X2)	81
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Z)	81
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Minat Beli Ulang (Y).....	82
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	84
Tabel 3.6 Kualitas Rasa Produk Holland Bakery.....	85
Tabel 3.7 Kebersihan Produk Holland Bakery	86

Tabel 3.8 Keberagaman Produk Holland Bakery	87
Tabel 3.9 Daya Tahan Produk Holland Bakery	89
Tabel 3.10 Kondisi Produk Holland Bakery	90
Tabel 3.11 Tampilan Produk Holland Bakery	91
Tabel 3.12 Tampilan Kemasan Produk Holland Bakery	92
Tabel 3.13 Keseluruhan Mutu Produk Holland Bakery.....	93
Tabel 3.14 Rata-Rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk	94
Tabel 3.15 Keterjangkaun Harga Produk Holland Bakery	98
Tabel 3.16 Keterjangkauan Produk Holland Bakery	99
Tabel 3.17 Kesesuaian Harga Produk Holland Bakery dengan	100
Tabel 3.18 Daya Saing Harga produk Holland Bakery	102
Tabel 3.19 Kesesuaian harga dengan manfaat	103
Tabel 3.20 Rata-Rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga.....	104
Tabel 3.21 Keyakinan konsumen untuk melakukan pembelian	108
Tabel 3.22 Kebiasaan konsumen dalam membeli produk	109
Tabel 3.23 Kesiediaan konsumen untuk merekomendasikan Holland Bakery kepada orang lain	110
Tabel 3.24 Kesiediaan konsumen untuk menjadikan Holland Bakery sebagai pilihan utama	112
Tabel 3.25 Rata-Rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	113
Tabel 3.26 Keinginan konsumen untuk membeli kembali produk Holland Bakery.	116
Tabel 3.27 Rencana konsumen untuk selalu atau tetap membeli produk Holland Bakery dimasa yang akan datang	118
Tabel 3.28 Produk Holland Bakery dapat memenuhi kebutuhan konsumen	119
Tabel 3.29 Rata-Rata Jawaban Responden Mengenai Variabel	120

Tabel 3.30 Hasil Uji Korelasi Variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	121
Tabel 3.31 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	123
Tabel 3.32 Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang	125
Tabel 3.33 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Kualitas Produk terhadap	126
Tabel 3.34 Hasil Uji Korelasi Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian	129
Tabel 3.35 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Harga terhadap Keputusan Pembelian	130
Tabel 3.36 Hasil Uji Korelasi Harga terhadap Minat Beli Ulang	133
Tabel 3.37 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Harga terhadap Minat Beli Ulang..	134
Tabel 3.38 Hasil Uji Korelasi Keputusan Pembelian terhadap Minat Beli Ulang....	136
Tabel 3.39 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Keputusan Pembelian terhadap Minat Beli Ulang.....	137
Tabel 3.40 Regresi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	140
Tabel 3.41 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Kualitas Produk terhadap	141
Tabel 3.42 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Keputusan Pembelian terhadap Minat Beli Ulang.....	142
Tabel 3.43 Regresi Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian terhadap Minat Beli Ulang	143
Tabel 3.44 Hasil Regresi, Koefisien, dan Signifikansi (Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, dan Minat Beli Ulang)	144
Tabel 3.45 Regresi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	149
Tabel 3.46 Regresi Harga terhadap Minat Beli Ulang	150
Tabel 3.47 Tabel Regresi Keputusan Pembelian terhadap Minat Beli Ulang.....	150
Tabel 3.48 Regresi Harga dan Keputusan Pembelian terhadap Minat Beli Ulang ...	151
Tabel 3.49 Hasil Regresi, Koefisien, dan Signifikansi	152

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Konsep Perilaku Konsumen.....	15
Gambar 1.2 Hubungan Antar Variabel Penelitian	35
Gambar 1.3 Kurva Uji t – Uji 2 pihak (Two Tail Test)	52
Gambar 2.1 Logo Holland Bakery	59
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Holland Bakery Semarang	61
Gambar 3.1 Pengujian Hipotesis dengan t-Test.....	124
Gambar 3.2 Pengujian Hipotesis dengan t-Test.....	128
Gambar 3.3 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	132
Gambar 3.4 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Harga terhadap Minat Beli	135
Gambar 3.5 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Keputusan Pembelian terhadap Minat Beli Ulang.....	139
Gambar 3.6 Metode Uji Mediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening....	140
Gambar 3.7 Kerangka Uji Sobel Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.....	146
Gambar 3.8 Hasil Uji Sobel Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang melalui Keputusan Pembelian.....	146
Gambar 3.9 Metode Uji Mediasi Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Ulang melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening.....	148
Gambar 3.10 Kerangka Uji Sobel Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Ulang	155
Gambar 3.11 Hasil Uji Sobel Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Ulang melalui Keputusan Pembelian.....	155