



SJMB: *Scientific Journal of Management and Business*.
Volume 3 Nomor 1 Tahun 2023 ; p-ISSN: 2776-009X ; online -ISSN: 2807-5897

Available online at <http://e-journal.uniflor.ac.id/index.php/sjmb>

Received: Februari 2023	Accepted: Maret 2023	Published : April 2023
-------------------------	----------------------	------------------------

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang *Hand And Body Lotion Citra*

Kristiani Dhedhe¹, Lambertus Langga², Maria Endang Jamu³

¹²³Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Flores

kristianidhedhe@gmail.com

Abstrak Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas Produk, harga dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang hand and body lotion citra. Berdasarkan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen hand and body lotion citra dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa : (1) kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen hand and body lotion citra, hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian yang menunjukan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,473 > 1,984$ dengan tingkat signifikan $0,001 < 0,05$. (2) Harga tidak berpengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen hand and body lotion citra, hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian yang menunjukka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $1,249 < 1,984$ dengan tingkat signifikan $0,215 > 0,05$. (3) Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen hand and body lotion citra, hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian yang menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,281 > 1,984$ dengan tingkat signifikan $0,025 < 0,05$. (4) Kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen *hand and body lotion* citra, hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian yang menunjukan $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $26,385 > 3,09$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang

Abstract. *The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price and*

customer satisfaction on repurchase interest in image hand and body lotion. Based on the population in this study are consumers of hand and body lotion citra with a sample size of 100 people. The sample collection technique uses purposive sampling technique. The results of this study indicate that: (1) product quality has a positive effect on consumer repurchase interest in image hand and body lotion, this is evidenced by the results of the test which shows the value of $t_{count} > t_{table}$, namely $3.473 > 1.984$ with a significant level of $0,001 < 0.05$. (2) Price has no positive effect on consumer repurchase interest in image hand and body lotion, this is evidenced by the test results which show the value of $t_{hitung} > t_{tabel}$, namely $1.249 < 1.984$ with a significant level of $0.215 > 0.05$. (3) Customer satisfaction has a positive effect on consumer repurchase interest in image hand and body lotion, this is evidenced by the test results which show the value of $t_{count} > t_{table}$, namely $2.281 > 1,984$ with a significant level of $0,025 < 0.05$. (4) Product quality, price and customer satisfaction have a positive and significant effect on consumer repurchase interest in image hand and body lotion, this is evidenced by the test results which show $f_{count} > f_{tabel}$, namely $26.385 > 3.09$ with a significant level of $0,000 < 0,05$

Keywords: Product Quality, Price, Customer Satisfaction, Repurchase Interest

I. PENDAHULUAN

Hand and body lotion citra adalah salah satu merek hand and body lotion yang paling banyak dicari karena memiliki kandungan yang mampu memenuhi kebutuhan nutrisi kulit, dibuat dengan menggunakan bahan-bahan alami, memiliki kualitas produk yang baik dengan memiliki banyak varian aroma yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta memiliki varian harga yang dapat dijangkau oleh setiap kalangan masyarakat. *Hand and body lotion citra* merupakan produk yang paling banyak dicari serta memiliki pesaing yang sewaktu-waktu dapat mengambil konsumennya. Kualitas produk adalah kualitas yang dimiliki oleh produk yang dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Produsen produk *hand and body lotion citra* menyediakan 10 varian yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen yaitu citra *lasting white uv*, citra *pearly white uv*, citra *light touch white*, citra *night white*, citra *lasting glow*, citra *youthful radiance*, citra *nourished radiance uv*, citra *spotless white uv*, citra *fresh radiance*, dan citra *advanced white*. Selain memiliki ragam varian, *hand and body lotion citra* juga memiliki tekstur yang lembut, kental, mudah meresap, tidak lengket dan memiliki aroma yang khas serta setiap varian produk hand and body lotion citra memiliki manfaat yang berbeda sesuai dengan

kebutuhan kulit konsumen.

Berdasarkan hasil obeservasi pra penelitian yang dilakukan peneliti terhadap 45 orang mahasiswi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores, bahwa mahasiswi Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Flores menyukai Hand and Body Lotion Citra karena memiliki berbagai macam manfaat seperti melembabkan kulit, memutihkan kulit, menjaga kulit dari paparan sinar matahari dan menjaga kesehatan kulit, serta harga yang terjangkau atau sesuai dengan daya beli mahasiswa. Mereka juga memiliki minat beli ulang yang cukup tinggi setelah menggunakan produk *hand and body lotion* citra dan mengetahui mafaat yang diberikan oleh *hand and body lotion* citra. Untuk itu, peneliti menilai bahwa mahasiswi Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Flores adalah subyek yang tepat untuk dijadikan penelitian.

II.TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dihasilkan dan ditawarkan oleh produsen sehingga dapat diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi oleh pasar sebagai pemenuhan harapan dan kebutuhan atau keinginan pasar. Produk yang diproduksi bisa saja sama antar perusahaan namun demikian tetap saja memiliki perbedaan antar produk. Perbedaan itu dapat dilihat dari kualitas produknya. Kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualkan sesuai harapan dari pelanggan (Habibah & Sumiati, 2016).

Harga

Harga atau *price* merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Gusniar, 2013). Secara sederhana, istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkansuatu produk. (Muhammad Fakhru Rizky Nst & Hanifa, 2014).

Kepuasan Konsumen

Wijayanti & Andriyanto, (2016) kepuasan adalah salah satu di antara beberapa

penyebab terbentuknya loyalitas. Apabila pelanggan puas terhadap barang atau pelayanan yang diterima, maka akan menimbulkan kesetiaan/loyalitas konsumen. Arianty (2015) mengatakan bahwa konsumen bisa menilai sesuatu dimana tingkat kualitas produk dan kualitas pelayanan dari suatu produk/jasa sampai atau tidak di hati konsumen. Kepuasan dapat diartikan bahwa suatu kondisi yang mana keinginan atau harapan konsumen atas suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan fakta yang ada dilapangan yang dapat diterima oleh para konsumen yang lain. (Elmas et al., 2019).

Minat Beli Ulang

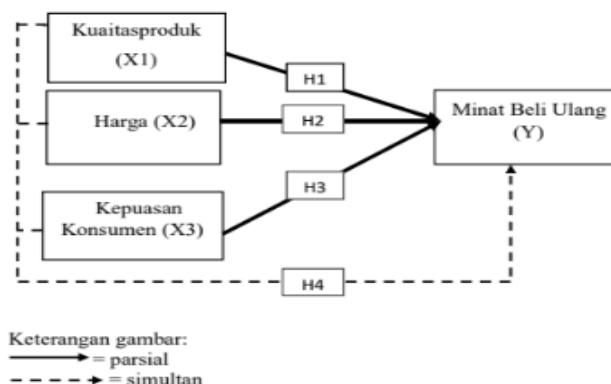
Menurut Saragih & Ramdhany (2012) dalam Lestari & Iswati, (2021), pembelian yang dilakukan oleh konsumen terdiri dari dua tipe, yaitu pembelian percobaan dan pembelian ulang. Jika suatu produk dibeli dengan percobaan ternyata memuaskan atau lebih memuaskan dari merek sebelumnya, maka konsumen berkeinginan untuk membeli ulang, tipe pembelian semacam ini disebut pembelian ulang. Menurut Andhini, (2017) minat beli ulang adalah kemungkinan konsumen akan melakukan pembelian dengan mencari informasi dari berbagai sumber. Konsumen memiliki ketertarikan terhadap suatu produk atau jasa tetapi belum tentu konsumen akan melakukan pembelian produk atau jasa tersebut.

Kerangka Pemikiran

Minat beli ulang konsumen merupakan kegiatan pembelian yang dilakukan oleh konsumen yang lebih dari satu kali pembelian yang disebabkan oleh pengalaman pembelian dan perasaan puas terhadap kualitas dan kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk adalah kepuasan suatu produk yang diutuskan oleh pelanggan yang didasarkan pada pengalaman aktual terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan ketentuan yang ada. (Roselina & Niati, 2019). Konsumen dalam melakukan pembelian terhadap sebuah produk selalu memperhatikan harga. Harga yang terlalu tinggi menyebabkan konsumen tidak mampu untuk membeli. Namun jika harga terlalu rendah, akan merugikan perusahaan. Harga sebaiknya sesuai dengan kualitas barang ditawarkan kepada konsumen. Jika harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk maka kepuasan konsumen akan meningkat. Kepuasan konsumen memiliki peranan besar dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk tetap setia pada sebuah produk. Konsumen yang merasa puas akan menyebarkan informasi positif kepada konsumen lain.

Sejalan dengan uraian diatas, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang produk hand and body lotion citra (studi pada mahasiswi prodi manajemen). Kerangka berpikir dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian dan kerangka pemikiran, maka dapat diketahui bahwa hipotesis dari penelitian ini adalah:

H₁ : kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang

H₂ : harga berpengaruh positif terhadap minat beli ulang

H₃ : kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap minat beli ulang

H₄ : kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap minat beli ulang

III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Metode yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah metode survey. Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswi Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Flores angkatan 2017-2020 sebanyak 375 orang. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Jenis data yang digunakan data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi dan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 25.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Penerapan analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui pengaruh tiga variabel bebas yaitu kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen dengan satu variabel terikat yaitu minat beli ulang. Hasil analisis regresi linear berganda variabel bebas dan variabel terikat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.770	1.746		.441	.660
	TOTAL KP	.381	.110	.382	3.473	.001
	TOTALHAR GA	.130	.104	.139	1.249	.215
	TOTAL KK	.217	.095	.239	2.281	.025

a. Dependent Variable: Total Minat Beli Ulang

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

$$Y = 0.770 + 0.381x_1 + 0.130x_2 + 0.217x_3 + e$$

Penafsiran untuk persamaan regresi dari analisis linear berganda diatas adalah:

- Kosntanta (a)=0.770 merupakan besarnya pengaruh variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat
- Nilai koefisien kualitas produk (b_1) = 0.381 dapat diketahui apabila kualitas produk bertambah satu maka nilai minat beli ulang konsumen adalah = 0.381 dengan asumsi seluruh variabel konstan.
- Nilai koefisien harga (b_2) = 0.130 dapat diketahui apabila harga bertambah satu maka nilai minat beli ulang konsumen adalah = 0.130 dengan asumsi seluruh variabel konstan.
- Nilai koefisien kepuasan konsumen (b_3) = 0.217 dapat diketahui apabila kepuasan konsumen bertambah satu maka nilai minat beli ulang konsumen adalah = 0.217 dengan asumsi seluruh variabel konstan.

Berikut adalah hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji parsial (t) dan uji simultan (uji f) yang tujuannya adalah untuk melihat diterima atau ditolaknya hipotesis yang telah diasumsikan sebelumnya

Uji T

Merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat). Dengan ketentuan apabila nilai signifikansi < 0.05 atau $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan berlaku sebaliknya. Rumus T_{tabel} adalah signifikansi dibagi dua dan df residual yang kemudian dapat dilihat pada lampiran T_{tabel} , perhitungan T_{tabel} adalah sebagai berikut:

$$Df = n (\text{jumlah sampel}) - k (\text{jumlah variabel}) - 1$$

$$Df = 100 - 3 - 1$$

$$Df = 96 \quad (t_{tabel} = 1,984)$$

Tabel 2
Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t
		B	Std. Error		
1	(Constant)	.770	1.746		.441
	TOTALKP	.381	.110	.382	3.473
	TOTALHA	.130	.104	.139	1.249
	RGA				
	TOTALKK	.217	.095	.239	2.281

a. Dependent Variable: TOTALMBU

Sumber: data diolah

1. Kualitas Produk

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk variabel kualitas produk, menunjukan nilai signifikansi sebesar $0.001 < 0,05$ dan T_{hitung} sebesar $3.473 > t_{tabel}$ sebesar 1.984 pada varibel kualitas produk. Dapat diartikan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak, kesimpulannya adalah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap minat beli ulang produk *hand and body lotion* citra.

2. Harga

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk variabel harga,

menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0.215 > 0,05$ dan T_{hitung} sebesar $1.249 < t_{tabel}$ sebesar 1.984 pada variabel harga. Dapat diartikan bahwa H_0 diterima dan H_2 ditolak, kesimpulannya adalah harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat beli ulang produk *hand and body lotion* citra.

3. Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk variabel kepuasan konsumen, menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0.025 < 0,05$ dan T_{hitung} sebesar $2.281 > t_{tabel}$ sebesar 1.984 pada variabel harga. Dapat diartikan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak, kesimpulannya adalah kepuasan konsumen berpengaruh secara parsial terhadap minat beli ulang produk *hand and body lotion* citra.

Uji Simultan

Merupakan uji yang dilakukan dengan maksud mengetahui ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat). Dengan ketentuan apabila nilai signifikansi < 0.05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_4 ditolak dan H_4 diterima dan berlaku sebaliknya. Rumus F_{tabel} adalah df 1 dan df 2 yang kemudian dapat dilihat pada lampiran F_{tabel} , perhitungan F_{hitung} adalah sebagai berikut:

$$Df\ 1 = k \text{ (jumlah sampel)} - 1$$

$$= 3 - 1$$

$$= 2$$

$$Df\ 2 = n \text{ (jumlah sampel)} - k \text{ (jumlah variabel)} - 1$$

$$= 100 - 3 - 1$$

$$= 96 \text{ (} F_{tabel} = 3,09 \text{)}$$

Tabel 3
Uji Simultan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	209.956	3	69.985	26.385	.000 ^b
	Residual	254.634	96	2.652		
	Total	464.590	99			
a. Dependent Variable: Total Minat Beli Ulang						
b. Predictors: (Constant), Total KK, Total KP, Total Harga						

Dari hasil pengujian simultan pada tabel 4.13 diatas, menunjukan nilai signifikansi sebesar $0.000 > 0,05$ dan F_{hitung} sebesar $26.385 < F_{tabel}$ sebesar 3.09. dapat diartikan bahwa H_4 diterima dan H_0 ditolak. Kesimpulannya adalah kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen produk *hand and body lotion* citra.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determin (R^2) yang ditunjukan dalam spss dapat digunakan untuk memprediksi seberapa besar kontribusi variabel independen (bebas) dapat mempengaruhi variabel dependen (terikat). Nilai koefisien determinan sendiri dapat dilihat pada output Model Summary dan besarnya nilai koefien detrmnan atau R Square adalah 0-1

Tabel 4
Uji Koefisien Determinasi

Model	R	Model Summary ^b		
		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.672 ^a	.452	.435	1.629
a. Predictors: (Constant), Total KK, Total KP, Total Harga				
b. Dependent Variable: TOTAL Minat Beli Ulang				

Sumber: data diolah

Dari pengujian koefisien data diatas besarnya nila Adjusted R Square adalah 0.435 dan memiliki pengertian bahwa ketiga variabel bebas yaitu kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen mampu menjelaskan variabel terikatnya yaitu minat beli ulang. Kesimpulannya adalah kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen mampu menjelaskan minat beli ulang yakni sebesar 43,5%. Sedangkan sisanya yakni sebesar 56,5% dijelaskan pada variabel lain yang tidak digunakan di penelitian ini seperti citra merek, atribut, promosi, gaya hidup, kepercayaan dan lain-lain.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk variabel kualitas produk, menunjukan nilai signifikansi sebesar $0.001 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $3.473 > t_{tabel}$ sebesar 1.984 pada varibel kualitas produk. Dapat diartikan bahwa H_1 diterima dan h_0 ditolak, kesimpulannya adalah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara

parsial terhadap minat beli ulang produk hand and body lotion citra. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keistimewaan tambahan mendorong konsumen untuk memilih melakukan pembelian ulang produk hand and body lotion citra. Keistimewaan tambahan yang ditawarkan oleh produk hand and body lotion citra memberikan kesan yang membuat mahasiswi Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Flores memiliki minat beli ulang yang tinggi dan tidak ragu untuk merekomendasikan kepada teman-teman, keluarga dan kenalan mereka. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Purnawati, at. all (2019) yang menjelaskan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang, dimana kualitas produk adalah karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk, kesesuaian produk yang ditawarkan dengan harapan konsumen serta kesan kualitas yang diberikan produk tersebut sehingga mampu menarik minat beli ulang konsumen.

Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang Produk

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk variabel kualitas produk, menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0.215 > 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $1.249 < t_{tabel}$ sebesar 1.984 pada variabel harga. Dapat diartikan bahwa H_0 diterima dan H_2 ditolak, kesimpulannya adalah harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat beli ulang produk hand and body lotion citra. Mahasiswi Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Flores, dalam membeli produk hand and body lotion citra cenderung tidak terlalu melihat dari segi harga, karena harga yang dikeluarkan produsen dapat memberikan manfaat, menguntungkan konsumen, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Walaupun demikian, produsen tetap perlu menyesuaikan harga dengan produk serupa dari merek lain. Tujuannya agar permintaan produk semakin naik dan agar produk dapat bertahan di pasar. Karena diketahui bahwa harga yang baik dapat ditunjukkan dengan adanya kesesuaian antar kualitas dan manfaat yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Purnamawati, at.all (2019) mengatakan bahwa harga berpengaruh negatif terhadap minat beli ulang. Dimana harga adalah sejumlah uang yang diberikan konsumen untuk mendapatkan dan memiliki kepemilikan terhadap barang dan jasa yang dimintanya.

Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Produk

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk variabel kualitas produk,

menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0.025 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $2.281 > t_{tabel}$ sebesar 1.984 pada variabel harga. Dapat diartikan bahwa H_3 diterima dan H_3 ditolak, kesimpulannya adalah kepuasan konsumen berpengaruh secara parsial terhadap minat beli ulang produk *hand and body lotion* citra. Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa mahasiswi Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Flores yang merasa puas terhadap produk *hand and body lotion* citra, dan akan kembali untuk membeli produk tersebut, memuji produk yang dibelinya serta tidak ragu untuk menceritakan tentang produk *hand and body lotion* citra kepada teman-teman, keluarga dan kenalannya. Hal ini berarti bahwa kepuasan konsumen mendorong konsumen untuk merekomendasikan dan mengajak teman-teman dan keluarganya untuk menggunakan produk *hand and body lotion* citra, dan melakukan pembelian ulang terhadap produk *hand and body lotion* citra. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumadewi (2020) menemukan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Minat beli ulang adalah sikap yang timbul setelah konsumen mengkonsumsi barang dan jasa yang dimintanya, yang didasarkan pada pengalaman masa lalu.

Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk variabel kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$ dan f_{hitung} sebesar $26.385 > f_{tabel}$ sebesar 3.09 dapat diartikan bahwa H_4 diterima dan H_0 ditolak, kesimpulannya adalah kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen produk *hand and body lotion* citra. Hasil analisis pada mahasisi Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Flores yang melakukan pembelian kembali produk *hand and body lotion* citra dipengaruhi oleh kualitas produk, harga dan kepuasan yang didapat setelah mengkonsumsi produk *hand and body lotion* citra dengan persentase sebesar 43,5%. Hal ini diketahui dari adanya pengujian koefisien determinan (R^2) yang telah dilakukan dan diperoleh hasil yakni kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen mampu menjelaskan adanya pengaruh terhadap minat beli ulang yakni sebesar 43,5%. Sedangkan sisanya yakni sebesar 56,5% dijelaskan pada variabel lain yang tidak digunakan di penelitian ini seperti citra merek, atribut, promosi, inovasi, gaya hidup, kepercayaan dan lain-lain. Minat beli ulang konsumen tidak hanya

perlu diciptakan oleh produsen, namun juga dipertahankan dan dikembangkan sehingga konsumen tidak mudah beralih kepada produk lain yang menurutnya mampu memenuhi harapan dan keinginannya. Konsumen yang merasa puas terhadap produk hand and body lotion citra selalu melakukan pembelian kembali, tidak ragu untuk merekomendasikan produk hand and body lotion citra kepada teman-teman dan keluarga, tidak mudah tergoda dan beralih kepada produk lain serta tidak ragu mencoba varian baru.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan terhadap konsumen produk hand and body lotion citra, maka hasil yang diperoleh dapat ditarik kesimpulan, bahwa:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli ulang produk *hand and body lotion* citra oleh mahasiswa Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Flores. Yaitu dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk *hand and body lotion* citra. Kualitas produk yang baik membuat konsumen memberikan rekomendasi kepada orang lain.
2. Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara harga terhadap minat beli ulang produk *hand and body lotion* citra oleh mahasiswa Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Flores. Hal ini disebabkan oleh, konsumen tidak merasa keberatan dengan harga yang ditetapkan produsen yang mampu memberikan manfaat, menguntungkan konsumen dan sesuai dengan daya beli konsumen.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang produk hand and body lotion citra oleh mahasiswa Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Flores. Yaitu dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga mendorong konsumen untuk mengajak teman-teman, kenalan dan keluarganya untuk menggunakan produk hand and body lotion citra serta memilih melakukan pembelian kembali terhadap produk *hand and body lotion* citra.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores memiliki minat beli ulang yang tinggi terhadap produk *hand and body lotion* citra.

SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dan pembahasan serta kesimpulan diatas, berikut saran yang dapat dikemukakan peneliti yang ditujukan kepada perusahaan dan peneliti selanjutnya:

1. Bagi PT. Unilever Indonesia, Tbk.

Diharapkan agar dapat meningkatkan kualitas produk, menjaga keseimbangan harga, menciptakan inovasi produk dan desain kemasan baru, serta menciptakan kepuasan konsumen sehingga dapat mempertahankan minat beli ulang konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan penelitian baru berdasarkan hasil penelitian ini, sehingga dapat diketahui variabel lain seperti, citra merek, gaya hidup, kepercayaan, atribut, promosi terhadap minat beli ulang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Ananti, D. L. R., & Astuti, S. R. T. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *E-Journal Undip*, 7, 1–10. <https://Ejournal.Undip.Ac.Id/Index.Php/Djom/Article/View/22394/20536>
- Andhini, N. F. (2017). Pengaruh Harga, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu All Star Original. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699..
- Armaniah, H., Marthanti, A. S., & Yusuf, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahass Honda Tangerang. *Jurnal Penelitian Ilmu Managemen*, 2(2), 63. <https://Repository.Bsi.Ac.Id/Index.Php/Repo/Viewitem/21429>
- Asti, Makkulase, R., & J., M. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Jilbab Di Pusat Niaga Palopo (Pnp)". *Jurnal Muamalah*, 6(1), 41–47.
- Brendavina, C. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. Skripsi.
- Damayanti, C., & Wahyono. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*, 4(3), 236–251. <https://Doi.Org/10.15294/Maj.V4i3.8875>
- Dwinanda, S., & Rachmawati, I. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Wardah Pada Generasi Y. *Jurnal Semarak*, 4(2), 98–104
- Dylan Trotsek. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipcream Pixy. Skripsi, 110(9), 1689–1699.
- Elmas, M. S. H., Priantono, S., Hermawan, D. J., & Junaidi. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 51–60.

- Gusniar, B. (2013). Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand And Body Lotion Merek Citra. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *JEB 17 Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(1), 31–48.
- Herliyansyah, R. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pengguna Go-Jek Di Sleman). April. [Papers2://Publication/Uuid/512EBCE8-D635-4348-A67D-22DD52988F4C](https://publication/Uuid/512EBCE8-D635-4348-A67D-22DD52988F4C)
- Kresnamurti Rivai P, A., Suneni, & Febrilia, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. *Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(1), 204–225.
- Lisma, N., & Haryono, A. (2016). Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau Dari Motif Bertransaksi (Studi Kasus Pada Mahasiswi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan Tahun 2012). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 41–50
- Manik, C. D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan (Studi Pada Perumahan Serpong Garden). *KREATIF | Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 3(1), 40–56. [Http://Eprints.Unpam.Ac.Id/1334/1/KREATIF Jurnal Ilmiah Vol.3 No.1 Okt 2015.Pdf](http://Eprints.Unpam.Ac.Id/1334/1/KREATIF%20Jurnal%20Ilmiah%20Vol.3%20No.1%20Okt%202015.Pdf)
- Muhammad Fakhru Rizky Nst, & Hanifa, Y. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. 14(02), 135–143.
- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. *PERFORMA : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(2), 162–170. [Https://Journal.Uc.Ac.Id/Index.Php/Performa/Article/View/138#:~:Text=Hasil Dari Penelitian Ini Adalah,%2C Harga%2C Dan Lingkungan Fisik](https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/138#:~:text=Hasil%20Dari%20Penelitian%20Ini%20Adalah,%2C%20Harga%2C%20Dan%20Lingkungan%20Fisik).
- Rabiqy, Y. (2019). Pengaruh Ekspektasi Pelanggan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Telkomsel Di Banda Aceh. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 1(1), 53–63. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v1i1.912>
- Roselina, M. A., & Niati, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. *Solusi*, 17(3), 221–234. <https://doi.org/10.26623/slsi.v17i3.1636>
- Sari, D. H., & Suryadi, N. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Switching Barrier Terhadap Customer Retention Kartu Gsm (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Malang). *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 7(12), 6872–6900.
- Sari, S. R. (2017). Pengaruh Kualitas, Citra Merek, Iklan, Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Hand & Body Lotion Marina (Study Kasus Di Kalurahan Patalan). Skripsi.
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10–21. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i1.2231>
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5748. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2018.V07.I10.P19>

- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1), 157–168.
<https://doi.org/10.26905/jkdp.V21i1.1236>
- Wahjono, K. I. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Pt. Tirta Investama Malang. *Jurnal Manajemen Jayanegara*, 10(1), 48–57.
- Yuliani, D. (2017). Pengaruh Merek Produk, Harga, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pixy Pada Borobudur Swalayan. *Rtikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri SURAT*.