PENGARUH LOKASI, HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN MOTIF PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA TOKO BATIK KENCANA UNGU DI PASAR GEDE MADIUN

(Studi pada Konsumen Toko Batik Kencana Ungu, Pasar Gede Madiun)

SKRIPSI

OLEH:

HESTI AYU FERNANDA

2203102091

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PGRI MADIUN

2026

PENGARUH LOKASI, HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN MOTIF PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA TOKO BATIK KENCANA UNGU DI PASAR GEDE MADIUN

(Studi pada Konsumen Toko Batik Kencana Ungu, Pasar Gede Madiun)

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas PGRI Madiun untuk Memenuhi Salah Satu

Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 Manajemen

OLEH:

HESTI AYU FERNANDA

2203102091

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PGRI MADIUN

2026

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Hesti Ayu Fernanda ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Madiun, 27 Juli 2026

Pembimbing I,

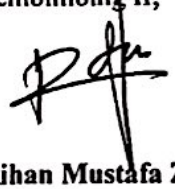


Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M.

NIDN. 0708108702

Madiun, 27 Juli 2026

Pembimbing II,



Rihan Mustafa Zahri, S.E., M.Ak.

NIDN. 0604069201

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi oleh Hesti Ayu Fernanda ini telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Senin tanggal 03 Agustus 2026.

Panitia Penguji,

Dr. Apriyanti, S.E., M.M. — Ketua
NIDN. 0704047305

Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M. — Sekretaris
NIDN. 0724128802

Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M. — Anggota
NIDN. 0708103702

Rihan Mustafa Zahri, S.E., M.Ak. — Anggota
NIDN. 0604069201

Dr. Hari Purwanto, S.E., M.M. — Anggota
NIDN. 0728047704

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA.
NIDN. 0727078603

Mengesahkan,
Kaprodi S1 Manajemen

Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

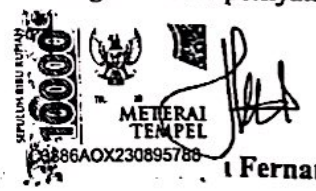
Nama	:	Hesti Ayu Fernanda
NIM	:	2203102091
Program Studi	:	Manajemen
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Madiun, 27 Juli 2026

Yang membuat pernyataan,



Fernanda

NIM. 2203102091

MOTTO

"Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan."

(QS. Al-Insyirah: 5–6)

"Kesuksesan Datang Kepada Mereka Yang Terus Belajar, Terus Berkembang, Dan Tidak Mudah Menyerah."

(Prilly Latuconsina)

" Aku Membahayakan Nyawa Ibuku Untuk Lahir Ke Dunia, Jadi Tidak Mungkin Aku Tidak Ada Artinya, Dan Aku Membuat Ayahku Bekerja Setiap Hari Hingga Lelah, Jadi Aku Pastikan Lelahnya Tidak Sia Sia".

(Gefira Dwi Saputri)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt. atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk, dan Motif Produk terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Toko Batik Kencana Ungu di Pasar Gede Madiun" dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun.

Ketertarikan penulis dalam mengangkat topik penelitian ini bermula dari fenomena yang penulis amati secara langsung berdasarkan kondisi geografis dan lingkungan sekitar. Sebagai seseorang yang berada di wilayah Madiun, penulis melihat bahwa Pasar Gede Madiun merupakan salah satu pusat perdagangan yang memiliki keberagaman pelaku usaha, termasuk usaha batik lokal yang menjadi bagian dari pelestarian budaya sekaligus penggerak perekonomian daerah. Di tengah semakin ketatnya persaingan bisnis, penulis mengamati bahwa keputusan konsumen untuk melakukan pembelian ulang tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh lokasi usaha yang strategis, harga yang sesuai, serta motif batik yang mampu mengikuti selera dan kebutuhan konsumen.

Fenomena tersebut mendorong penulis untuk mengkaji lebih mendalam faktor-faktor yang memengaruhi minat beli ulang konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Toko Batik Kencana Ungu di Pasar Gede Madiun. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari

bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Supri Wahyudi Utomo, M.Pd., selaku Rektor Universitas PGRI Madiun.
2. Bapak Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
3. Ibu Dr. Apriyanti, S.E., M.M., CPSMM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Madiun.
4. Bapak Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta mengarahkan penulis dengan penuh kesabaran selama penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Rihan Mustafa Zahri, S.E., M.Ak., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan motivasi yang sangat berarti bagi penulis.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Pemilik dan konsumen Toko Batik Kencana Ungu di Pasar Gede Madiun yang telah bersedia memberikan izin dan berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini.
8. Kedua orang tua, keluarga, dan teman-teman yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan semangat kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi penulisan maupun isi. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, pihak Toko Batik Kencana Ungu, serta pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya.

Madiun, 27 Juli 2026

Penulis,



Hesti Ayu Fernanda

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN v
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING iii
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI iv
MOTTO v
KATA PENGANTAR vii
ABSTRAK x
ABSTRACT xii
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Batasan Masalah 21
C. Rumusan Masalah 22
D. Tujuan Masalah 24
E. Kegunaan Penelitian 26
1. Kegunaan Teoritis. 26
2. Kegunaan Praktis 26
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN 28
A. Kajian Pustaka 28
1. Manajemen Pemasaran 28
2. Theory of Planned Behavior (TPB) 29
3. *Theory Problem Agitate Solution (P-A-S)* 31
4. Variabel yang Digunakan 33
B. Penelitian Terdahulu 56
C. Kerangka Konseptual 65
D. Hipotesis Penelitian 66
BAB III METODE PENELITIAN 82

A. Tempat dan Waktu Penelitian 82
B. Jadwal Penelitian 82
C. Desain Penelitian 83
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel 86
1. Populasi 86
2. Sampel 87
3. Teknik Pengambilan Sampel 89
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional 90
1. Variabel Penelitian 90
2. Definisi Operasional Variabel 92
F. Teknik Pengumpulan Data 94
G. Instrumen Penelitian 95
1. Skala Pengukuran 95
2. Uji Instrumen 96
H. Teknik Analisis Data 103
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 113
A. Gambaran Umum 113
B. Deskripsi Data 114
1. Karakteristik Responden 114
2. Statistik Deskriptif Variabel 123
C. Hasil Pengujian Hipotesis 132
1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) 132
2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) 143
D. Pembahasan 152
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN 177
A. Simpulan 177
B. Keterbatasan Penelitian 183
C. Implikasi 184
D. Saran 186
DAFTAR PUSTAKA 190
LAMPIRAN 193

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Jumlah Penjualan Toko Batik di MadiunTahun 2025 8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 57
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian..... 83
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian..... 92
Tabel 3. 3 Skala Pengukuran..... 96
Tabel 4. 1 Distribusi Respondem Bedasarkan Jenis Kelamin..... 114
Tabel 4. 2 Distribusi Respondem Bedasarkan Usia 115
Tabel 4. 3 Distribusi Respondem Bedasarkan Pekerjaan..... 117
Tabel 4. 4 Distribusi Respondem Bedasarkan Perndapatan..... 118
Tabel 4. 5 Distribusi Respondem Bedasarkan Domisili 120
Tabel 4. 6.Distribusi Respondem Bedasarkan Frekuensi..... 121
Tabel 4. 7 Distribusi Rata-rata Bedasarkan Variabel Lokasi..... 123
Tabel 4. 8 Distribusi Rata-rata Bedasarkan Variabel Harga..... 124
Tabel 4. 9 Distribusi Rata-rata Bedasarkan Variabel Kualitas 126
Tabel 4. 10 Distribusi Rata-rata Bedasarkan Variabel Motif..... 127
Tabel 4. 11 Distribusi Rata-rata Bedasarkan Variabel Kepuasan Konsumen..... 129
Tabel 4. 12 Distribusi Rata-rata Bedasarkan Variabel Minat Beli Ulang..... 130
Tabel 4. 13 *Convergent Validity* 133
Tabel 4. 14 Nilai *Outer Loading*..... 134
Tabel 4. 15 Nilai *Average Variance Extracted (AVE)* 136
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas..... 137
Tabel 4. 17 *Fornell-Larcker Criterion*..... 138
Tabel 4. 18 Hasil *Cross Loading*..... 139
Tabel 4. 19 Hasil HTMT..... 141
Tabel 4. 20 Hasil *Goodness of Fit (SRMR)*..... 142
Tabel 4. 21 Hasil Uji *Variance Inflation Factor (VIF)*..... 144
Tabel 4. 22 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)..... 145
Tabel 4. 23 Hasil *Effect Size (F Square* f^2*)*..... 146
Tabel 4. 24 Q2 *Square* 148
Tabel 4. 25 *path coefficient*..... 150
Tabel 4. 26 *Indirect Effect*..... 151

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Provinsi Jumlah Industri Batik Terbanyak di Indonesia (16 Juli 2024) 3

Gambar 1. 2 Data Volume dan Nilai Ekspor Batik Indonesia Tahun 2020–2024.. 5

Gambar 2. 1 Theory of Planned Behavior 30

Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual Penelitian 66

Gambar 4. 1 Hasil Outer Moder..... 132

Gambar 4. 2 Hasil Inner Moder 143

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner survei penelitian 193
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden 200
Lampiran 3 Hasil Output Smartpls 4.0 212
Lampiran 4 Hasil *Simililarity Index Checking* 218