

PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA DEPOT PASMAQUA DI KOTA PONTIANAK

Tanggung Jawab Yuridis Kepada :

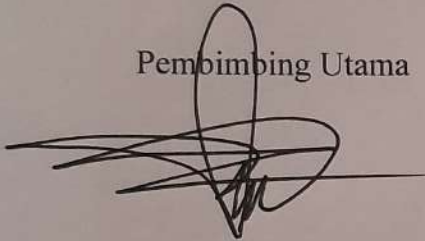
INDAH LESTARI
NIM. 191310107

Program Studi Manajemen

**Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Dalam Ujian
Skripsi/Komprehensif
Pada Tanggal : 23 Mei 2023**

Majelis Penguji :

Pembimbing Utama



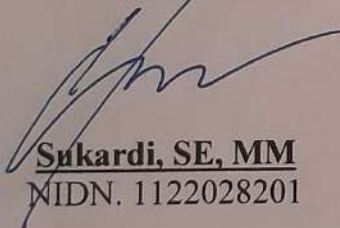
Samsuddin, SE, MSi
NIDN. 1113117701

Penguji Utama



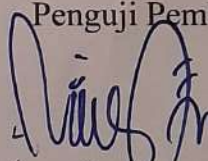
Dr. H. Helwan Fachri, SE, MM
NIDN. 1107056101

Pembimbing Pembantu



Sukardi, SE, MM
NIDN. 1122028201

Penguji Pembantu



Neni Triana M., SE, MM
NIDN. 11009028104

Pontianak, 23 Mei 2023

Disahkan Oleh :

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK

DEKAN



Dedi Hariyanto, SE, MM
NIDN. 1113117702

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI
ULANG PADA DEPOT PASMAQUA DI KOTA PONTIANAK**

SKRIPSI

OLEH :

INDAH LESTARI

NIM. 191310107



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK

2023

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Depot Pasmaqua Di Kota Pontianak”**

Skripsi ini dibuat guna memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis banyak sekali memperoleh bantuan, bimbingan, masukan serta petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Doddy Irawan, ST.,M.Eng selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Bapak Dedi Hariyanto, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
3. Ibu Neni Triana M., SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak dan selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan perhatian kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan tepat waktu.
4. Bapak Samsuddin, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan masukan, arahan, dan bimbingan, sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini.

5. Bapak Sukardi, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan serta petunjuk dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu beserta Staf seluruh Akademik pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
7. Bapak Akhirudin Ritonga selaku pemilik Depot Air Minum Pasmaqua beserta teman-temannya yang telah banyak membantu dan memberikan izin untuk penulis meneliti di Depot Air Minum Pasmaqua Pontianak.
8. Skripsi ini adalah persembahan kecil penulis untuk Bapak Ibrahim dan Ibu Iin selaku Orang tua penulis, serta kedua saudara penulis yang tidak pernah berhenti memberikan doa, motivasi, nasehat, perhatian dan kasih sayangnya serta dukungan baik materi maupun finansial kepada penulis. Terima kasih banyak telah menjadi bagian dari motivator yang luar biasa sampai detik ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
9. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan dan beberapa pihak yang turut membantu, memberikan motivasi, memberikan semangat, serta memberikan kritik dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan serta kesalahan. Oleh karena itu masukan dan saran sangat peneliti harapkan.

Akhirnya, sangat besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang, khususnya dalam perkembangan ilmu di Program Studi Manajemen ke depannya. Demikian ucapan terima kasih

penulis, semoga Allah SWT memberikan balasan atas segala bantuan dan jasa yang telah di berikan dari berbagai pihak, Aamiin ya rabbal'alamiin.

Pontianak, 5 Juni 2023

Penulis

Indah Lestari
NIM. 191310107

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang pada depot Pasmaqua di kota Pontianak. Penelitian ini

menggunakan metode asosiatif dengan teknik pengumpulan data terdiri dari observasi, wawancara, dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengisi air minum di depot Pasmaqua Pontianak. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel berupa *purposive sampling*. Teknik Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi Sederhana (R), koefisien determinasi (R^2), uji kelayakan model (Uji F).

Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi linier sederhana yaitu $Y = 1,237 + 0,694X$. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,735. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara kepuasan konsumen dengan minat beli ulang adalah sangat kuat. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0,540 hal ini di artikan bahwa 54% minat beli ulang dapat dijelaskan oleh kepuasan konsumen. Untuk uji kelayakan model nilai F hitung sebesar 115,246 dengan taraf signifikan sebesar 0,000 sedangkan F tabel sebesar 3,09 dengan taraf signifikan 0,05 (5%). Hal ini dapat disimpulkan bahwa $115,246 > 3,09$. Hasil uji kelayakan model (Uji F) menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya model regresi linier dapat digunakan untuk memprediksi nilai minat beli ulang yang di pengaruhi oleh variabel kepuasan konsumen pada depot Pasmaqua Pontianak.

Kata Kunci : Kepuasan, Minat Beli Ulang, dan Depot Pasmaqua

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
----------------------	---

ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan	6
C. Pembatasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
F. Kerangka Pemikiran	8
G. Metode Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran.....	20
B. Manajemen Pemasaran.....	21
C. Kepuasan Konsumen.....	21
D. Minat Beli Ulang.....	23
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan	26
B. Struktur Organisasi.....	26
C. Aspek Produksi	29
D. Aspek Pemasaran	33
E. Aspek Tenaga Kerja.....	35
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Reponden	38
B. Uji Instrumen	41
C. Uji Normalitas.....	45
D. Analisis Regresi Linier Sederhana	46
E. Analisis Koefisien Korelasi (R)	47
F. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	48
G. Uji Kelayakan Model	48

BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	53
B. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Usaha Depot Air Minum Tahun 2022	3
---	---

Tabel 1.2 Daftar Pelanggan Depot Air Minum Pasmaqua.....	4
Tabel 1.3 Hasil Penjualan Depot Air Minum Tahun 2019-2021	5
Tabel 1.4 Laba-Rugi Depot Pasmaqua	6
Tabel 1.5 Skala Pengukuran Variabel Penelitian	14
Tabel 1.6 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan	16
Tabel 3.2 Jumlah Karyawan Depot Pasmaqua	35
Tabel 4.1 Usia Responden.....	38
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	39
Tabel 4.3 Status Perkawinan	39
Tabel 4.4 Pendidikan Responden	40
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden.....	40
Tabel 4.6 Penghasilan Responden	41
Tabel 4.7 Frekuensi Pembelian	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Instrumen Kepuasan Konsumen (X)	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Instrumen Minat Beli Ulang (Y).....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (X)	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli Ulang (Y)	44
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	45
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	46
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Korelasi (R).....	47
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	48
Tabel 4.16 Hasil Uji Kelayakan Model	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	10
-------------------------------------	----

Gambar 3.1 Struktur Organisasi27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....55

Lampiran 2 : Data Responden Depot Pasmaqua	59
Lampiran 3 : Rekapulasi Kuesioner Variabel X.....	64
Lampiran 4 : Rekapulasi Kuesioner Variabel Y.....	65
Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (X)	66
Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang (Y)	67
Lampiran 7 : Hasil Uji Reliabilitas Kedua Variabel (X),(Y) dan Uji Kelayakan Model	68
Lampiran 8 : Rincian Biaya.....	70
Lampiran 9 : Rekapan Pendapatan	71

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Air merupakan salah satu sumber kehidupan dari sekian banyak zat yang ada di alam yang penting bagi kehidupan manusia. Air sangat diperlukan oleh tubuh manusia seperti halnya udara dan makanan, bagi manusia air sebagian besar digunakan sebagai air minum, baik dapat diminum langsung maupun yang harus dimasak terlebih dahulu. Air merupakan kebutuhan mutlak bagi kehidupan manusia dan makhluk hidup lainnya. Badan manusia terdiri dari sekitar 65% air. Perkembangan Air Minum Dalam Kemasan semakin meningkat, seiring dengan kesibukan dan mobilitas masyarakat Indonesia yang semakin tinggi, sehingga semua dituntut untuk serba cepat dan praktis.

Industri air minum di Indonesia yang dimulai tahun 1975 memperkenalkan produk air minum dalam kemasan yang higienis, sangat praktis, bersih dan mudah didapatkan. Sejak masa itu sampai dengan saat ini telah banyak industri air minum yang dibangun, bahkan akan terus menjadi industri strategis yang menguntungkan jika dikelola dengan tepat dan benar. Saat ini, air minum kemasan galon sudah menjadi kebutuhan penting masyarakat. Dalam hubungannya dengan perkembangan ekonomi, khususnya saat ini di Daerah kota Pontianak, sebagai kota pendidikan, dan kota perdagangan ternyata mengalami perkembangan yang cukup pesat.

Dari tahun ke tahun penduduk di kota pontianak semakin meningkat, peningkatan yang terjadi mengakibatkan meningkat pula kebutuhan konsumen dalam pengisian air minum : karena air minum yang bersih

merupakan kebutuhan pokok setiap individu. Saat ini, peranan air minum isi ulang semakin besar, hal ini terlihat dengan semakin bertambahnya usaha depot air minum isi ulang yang ada di Indonesia. Banyaknya depot air minum isi ulang dengan berbagai macam produk dan fasilitas yang sangat beraneka ragam untuk menarik masyarakat supaya mau menjadi pelanggan dalam mengisi air minum isi ulang di depot tersebut.

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh sekelompok usaha apabila ingin mendapatkan minat beli dari konsumen. Kepuasan yang diperoleh seorang konsumen, dapat mendorong melakukan pembelian ulang. Untuk menghadapi persaingan, maka keberadaan depot air minum isi ulang dan perkembangannya sangat dipengaruhi dalam segi pelayanan dan kepercayaan masyarakat agar memberikan kepuasan kepada konsumennya. Pentingnya penyediaan air bersih menciptakan peluang bisnis air minum isi ulang semakin lama semakin banyak dikenal. Oleh sebab itu, kebutuhan air minum yang sehat dan layak dikonsumsi merupakan suatu peluang bagi usaha air minum isi ulang di masa yang akan datang.

Untuk memulai usaha depot air minum isi ulang, pengusaha harus mendaftarkan usahanya dan mendapatkan sertifikat lulus uji layak konsumsi yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan. Uji layak konsumsi ini bertujuan untuk memastikan bahwa air yang dijual oleh depot air minum isi ulang bebas dari bakteri dan aman bagi konsumen. Persaingan baru yang bermunculan disekitar lokasi depot air minum isi ulang yang memiliki daya saing yang kuat, sehingga harus ada perubahan agar tidak kalah dalam bersaing, salah satu yang

harus di perhatikan adalah kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Apabila kedua faktor telah didapatkan oleh pelanggan maka akan muncul minat beli ulang. Kepuasan konsumen akan mempengaruhi daya tingkat minat beli ulang para pelanggan, hal tersebut akan mempengaruhi dari produktivitas usaha air minum isi ulang itu sendiri.

Pada tabel 1.1 dapat di ketahui daftar jumlah usaha air minum isi ulang yang berada di kota Pontianak

Tabel 1.1
Dinas Penanaman Modal, Tenaga Kerja dan PTSP Kota Pontianak
Nama Pemilik Usaha Depot Air Minum Isi Ulang
Di Kecamatan Pontianak Kota
 Tahun 2022

No	Nama Pemilik Depot	Alamat
1.	Suwardi Tani	Jl. Cendrawasih
2.	Sri Nini Ardiani	Jl. Alianyang, Asrama Polisi
3.	Abdul Gani	Jl. Alianyang, Gg Kurnia No7
4.	Medianty	Jl. Dr. Wahidin, Komplek Batara Indah
5.	Safrin Marlan Firdaus	Jl. Uray Bawadi, Gg Melati
6.	Kartono	Jl. Uray Bawadi, Gg Dandan Setia No 10
7.	Isniarti	Jl. Ujung Pandang 2
8.	Bayhaqi Benni Nasution	Jl. Putri Daranante
9.	Widya Nursanti	Jl. Uray Bawadi, Gg Sentosa No 29
10.	Fata Borneo Sejarah	Jl. Al Hikmah 1, No 6

Sumber : Dinas Penanaman Modal, Tenaga Kerja dan PTSP Kota Pontianak

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat di ketahui jumlah usaha air minum isi ulang di kecamatan Pontianak Kota pada tahun 2022 ada 10 daftar depot air minum yang sudah memiliki izin. Peneliti memfokuskan meneliti pada depot air minum isi ulang Pasmaqua. Pasmaqua adalah salah satu depot air minum isi ulang di kecamatan Pontianak Kota yang didirikan oleh bapak Akhirudin Ritonga pada tahun 2017 dan yang berlokasi di Jl Putri Daranante.

Adapun yang menjadi pelanggan depot air minum isi ulang Pasmaqua bisa di lihat di daftar pelanggan tetap Depot Pasmaqua ditampilkan pada tabel 1.2 berikut :

Tabel 1.2
Depot Air Minum Pasmaqua Pontianak
Daftar Pelanggan Tetap Pasmaqua dari Tahun 2019-2021

No	Nama Pelanggan	Jumlah Pelanggan		
		2019	2020	2021
1	Rumah Tangga	14	32	38
2	Pedagang Makanan	5	9	11
3	Salon/spa			2
4	Kantor/instansi		2	4
	Total	19	43	55

Sumber : Depot Pasmaqua Pontianak, 2022

Dari sekian banyak pelanggan depot air minum Pasmaqua, mereka memiliki langganan tetap yaitu Rumah tangga, salon/spa, pedagang makanan seperti rumah makan, warung bakso, caffe, kantoran seperti kantor konsultan dan percetakan. Dalam menyediakan kebutuhan konsumen, sumber air yang digunakan oleh Pasmaqua adalah air yang berasal dari Anjungan, Kabupaten Mempawah. Depot air minum isi ulang Pasmaqua ini telah berpengalaman dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menyediakan air minum isi ulang yang layak konsumsi dan halal. Pasmaqua hanya memiliki 1 karyawan yang mempunyai tugas untuk mengantar galon, sedangkan untuk pengisian dan pengecekan galon sebelum sampai ketangan konsumen biasanya dilakukan oleh pemilik depot itu sendiri.

Pada tabel 1.3 di bawah ini disajikan hasil penjualan galon pada depot air minum isi ulang Pasmaqua sebagai berikut :

Tabel 1.3

Depot Air Minum Pasmaqua Pontianak
Hasil Pendapatan Depot Air Minum Pasmaqua
Tahun 2019-2021

Tahun	Pendapatan (Dalam Rupiah)	Persentase
2019	Rp. 51.562.000	-
2020	Rp. 79.978.000	7,99 %
2021	Rp. 142.075.000	14,2 %

Sumber : Depot Pasmaqua Pontianak, 2022

Berdasarkan tabel 1.3 dapat diketahui bahwa hasil penjualan galon mengalami peningkatan. Hasil penjualan pada tahun 2020 mengalami kenaikan sebesar 7,99% jika dibandingkan dengan tahun 2019. Pada tahun 2021, hasil penjualan mengalami kenaikan yang sangat pesat sebesar 14,2% jika dibandingkan dengan tahun 2020.

Pemesanan yang dilakukan oleh pelanggan depot air minum pasmaqua sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Ada yang 6 galon sekali antar untuk waktu seminggu, dan ada juga 3 galon perhari. Untuk kantor, biasanya sebanyak 3-4 galon untuk seminggu, karena mereka sudah menjadi langganan tetap, untuk pemesanan melalui telepon, sms ataupun whatsapp.

Laba rugi Depot Air Minum Pasmaqua akan dijelaskan pada tabel 1.4 di bawah ini:

Tabel 1.4
Depot Air Minum Pasmaqua Pontianak
Laba-Rugi
Tahun 2019-2021

Keterangan	Tahun		
	2019	2020	2021
	(Dalam Rupiah)	(Dalam Rupiah)	(Dalam Rupiah)
Hasil Penjualan	51.562.000	79.978.000	142.075.000
Biaya Produksi			
Bahan Baku dan Bahan Pembantu	15.562.510	23.984.460	41.027.973
Upah Tenaga Kerja	10.425.000	13.379.000	21.294.000
Biaya Operasional	5.520.000	6.840.000	11.280.000
Pajak Bumi Bangunan	40.000	40.000	40.000
Total Biaya Usaha	31.855.510	44.243.460	73.641.973
Laba Bersih	19.706.490	35.734.540	68.433.027

Sumber : Depot Pasmaqua Pontianak, 2022

Dari tabel 1.4 diatas dijelaskan bahwa laba-rugi pada tahun 2020 mengalami kenaikan sebesar 3,57% dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan juga yaitu sebesar 6,84% dari tahun sebelumnya.

B. Permasalahan

Seperti yang telah di uraikan pada latar belakang diatas, maka menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah “Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang di Depot Air Minum Pasmaqua di Kota Pontianak”

C. Pembatasan Masalah

Agar masalah dalam penelitian lebih jelas dan terarah maka penulis membatasi permasalahan hanya pada:

1. Variabel Kepuasan Konsumen dapat diukur dengan dimensi :
 - a. Keandalan
 - b. Responsivitas
 - c. Jaminan
 - d. Empati
 - e. Berwujud
2. Variabel Minat Beli Ulang dapat diukur dengan empat dimensi :
 - a. Minat Transaksional
 - b. Minat Referensial
 - c. Minat Preferensial
 - d. Minat Eksploratif

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dikemukakan diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini yang hendak dicapai oleh penulis adalah “Untuk mengetahui Pengaruh Kepuasan Komsumen terhadap Minat Beli Ulang pada depot Pasmaqua di kota Pontianak”.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana dalam menambah wawasan dan mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan, sehingga ilmu tersebut dapat bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dan informasi bagi depot air minum Pamaqua Pontianak mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen membeli produk dari depot air minum Pasmaqua Pontianak.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi mahasiswa dalam menambah wawasan serta bermanfaat sebagai bahan referensi untuk penulisan karya ilmiah.

F. Kerangka Pemikiran

Menurut Brow dalam Yuniarti (2015:233) “kepuasan konsumen adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen terhadap sebuah produk atau jasa”.

Kotler dan Keller (2018:138) mengidentifikasi lima determinan kualitas jasa, yaitu sebagai berikut:

1. Keandalan, kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat.
2. Responsivitas, kesedian membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu.
3. Jaminan, pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.
4. Empati, kondisi memperhatikan memberi perhatian pribadi kepada pelanggan.

5. Berwujud, penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi.

Menurut Priansa (2017:169) “Minat beli ulang merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang”. Ketika seseorang konsumen memperoleh respon positif atas tindakan masa lalu, dari situ akan terjadi penguatan, dengan dimilikinya pemikiran positif atas apa yang diterimanya memungkinkan individu untuk melakukan pembelian secara berulang.

Menurut Priansa (2017:168) menjelaskan empat komponen dalam minat beli ulang sebagai berikut:

1. Minat Transaksional, merupakan kecenderungan konsumen untuk selalu membeli produk (barang atau jasa) yang dihasilkan perusahaan, ini didasarkan atas kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan tersebut.
2. Minat Referensial, merupakan kecenderungan konsumen untuk mereferensikan produknya kepada orang lain. Minat tersebut muncul setelah konsumen memiliki pengalamandan informasi tentang produk tersebut.
3. Minat Preferensial, merupakan minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang memiliki preferensinutama terhadap produk-produk tersebut. Preferensi tersebut hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
4. Minat Eksploratif, merupakan minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang selalu mencari informasi mengenai produk yang di minatnya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

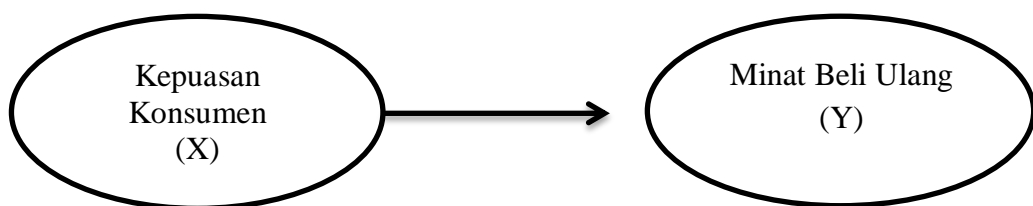
Berikut ini penelitian terdahulu yang menjadi acuan/landasan dalam melakukan penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Arini dan Sukardi, (2021) dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Haikal Collection di Sekura Kabupaten Sambas” dapat di simpulkan bahwa Pengaruh Bauran Pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Veronica, (2021) dengan judul “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Menggunakan Laundry Maestro Pontianak” dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap minat beli ulang.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmadhani dan Nurhadi, (2022) yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Merek Aqua. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Adapun kerangka pemikiran yang akan dijelaskan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.1 sebagai berikut:

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Depot Pasmaqua Di Kota Pontianak



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2017:11) “Penelitian Asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih”.

Penelitian asosiatif dalam penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang pada depot air minum Pasmaqua sehingga penelitian ini mendapatkan kesimpulan.

2. Teknik pengumpulan data

a. Data Primer

1. Wawancara

Menurut Siregar (2017:40) “Wawancara adalah proses memperoleh keterangan atau data untuk tujuan penelitian dengan cara tanggung jawab, sambil bertatap muka antar pewawancara dan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan panduan wawancara”. Disini peneliti melakukan wawancara langsung dengan pemilik depot air minum Pasmaqua untuk memperoleh informasi seperti sejarah berdirinya perusahaan, fasilitas yang ada, proses pelayanan, serta memperoleh data yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:225) “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Responden disini yaitu

konsumen yang membeli air galon di depot air minum Pasmaqua Pontianak.

b. Data Sekunder

Menurut Siregar (2017:37) “Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengelolanya”. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari Depot Air Minum Pasmaqua yang berupa daftar pelanggan dan hasil penjualan air galon.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:136) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli air minum isi ulang di depot Pasmaqua Pontianak.

b. Sampel

Menurut Siregar (2017:56) “Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data, di mana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi”.

Dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui pengambilan sampel minimal dihitung menggunakan rumus Menurut Purba dalam Sujarweni, (2015:155) dengan rumus sebagai berikut:

$$N = \frac{Z^2}{4} (\text{Moe})^2$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada tarif signifikan 5%
= 1,96

Moe = *Margin Of Error Max*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan.

Dengan menggunakan *Margin Of Error Max* sebesar 10% maka jumlah sampel minimal yang dapat di ambil sebesar

$$N = \frac{1,96^2}{4} (0,10)^2$$

$$N = 96,04 \text{ (96 responden)}$$

Jadi, dalam penelitian ini akan diambil sampel minimal 96 responden. Berdasarkan hal tersebut peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 Responden.

Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Menurut Sugiyono (2017:96): "*Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu". Pertimbangan atau kriteria sampel adalah:

- a. Pelanggan yang pernah membeli lebih dari satu kali.
- b. Pelanggan yang berumur lebih dari 18 tahun.

4. Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel Bebas (Variabel Independen)

Menurut Sugiyono (2017:39): “Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen yang di beri notasi X.

b. Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Menurut Sugiyono (2017:39): “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel Terikat dalam penelitian ini adalah Minat Beli Ulang yang di beri notasi Y.

5. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2017:92): “Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kualitatif”.

Menurut Sugiyono (2017:93): “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Dengan menggunakan Skala Likert, penulis dapat mengukur kesetujuan dan ketidaksetujuan responden terhadap minat beli ulang.

Adapun Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 5 (lima) alternatif jawaban tersebut kemudian diberi skor, yaitu:

Tabel 1.4
Skala Pengukuran Variabel Penelitian

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

6. Teknik Analisis Data

a. Uji Instrumen

Menurut Siregar (2017:75): “Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengelola, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden

yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama”. Uji instrument dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Menurut Siregar (2017:75): “Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin di ukur (*a valid measure if it succesflly measure the phenomenon*)”.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2017:87): “Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama”.

b. Uji Normalitas

Menurut Siregar (2017:153): “Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkai data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Bila suatu data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik berjenis parametrik. Sedangkan bila tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji statistik nonparametrik”.

c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sirgar (2017:379): “Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variable bebas (*independent*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*)”. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel indeoenden apakah positif atau negatif dan memprediksi nilai dari variabel

dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Rumus regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b \cdot X$$

Keterangan;

Y= (Variabel Terikat) minat beli ulang

X= (Variabel Bebas) kepuasan konsumen

a= konstanta

b= Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

d. Koefisien Korelasi Sederhana (R)

Menurut siregar (2017:338): “Koefisien korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan dan arah hubungan dua variabel”.

Untuk memudahkan melakukan sebuah interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel digunakan kriteria yang dapat dilihat pada tabel 1.5.

Tabel 1.5
Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

Nilai Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Lemah
0,20-0,399	Lemah
0,40-0,599	Cukup
0,60-0,799	Kuat

0,80-1,000	Sangat Kuat
------------	-------------

Sumber: Siregar (2017:337)

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Siregar (2017:338): “Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah atau lebih variabel X (bebas) terhadap variabel Y (terikat)”.

Nilai koefisien determinasi adalah antar nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

f. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Menurut Gani dan Amalia (2015:143): “Uji F atau *Goodness of fit test* adalah pengujian kelayakan model. Model yang layak digunakan adalah model yang dapat digunakan untuk mengestimasi populasi”. Pada tahapan ini dilakukan pengujian apakah model regresi sederhana yang telah dibahas sebelumnya dapat digunakan untuk memprediksi Minat beli ulang pada depot air minum Pasmaqua di kota Pontianak yang dipengaruhi oleh kepuasan konsumen. Langkah pengujian adalah sebagai berikut:

1. Menentukan Hipotesis

Ho : Artinya model regresi sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi minat beli ulang pada depot air minum pasmaqua di kota pontianak yang dipengaruhi kepuasan konsumen.

Ha : Artinya model regresi sederhana dapat digunakan untuk memprediksi minat beli ulang pada depot air minum di kota pontianak yang dipengaruhi kepuasan konsumen.

2. Menentukan nilai F_{tabel} dengan kriteria $\alpha = 0,05$ (5%) dan derajat kebebasan (df) $n-2$.
3. Menentukan kriteria Keputusan : Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima, dan Jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ maka Ho diterima dan Ha ditolak.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Sebagian besar responden berusia antara 18-25 tahun, dengan jenis kelamin perempuan yang paling tinggi, hampir sebagian besar tidak memiliki penghasilan dikarenakan masih berstatus mahasiswa dan Sebagian berstatus ibu rumah tangga.

2. Hasil Penelitian menunjukkan Persamaan Regresi Linier Sederhana yaitu $Y = 1,237 + 0,694X$.

3. Hasil Koefisien Korelasi Sederhana (R)

Dari hasil penelitian didapatkan nilai R atau Korelasi sebesar 0,735. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara Kepuasan Konsumen dengan Minat Beli Ulang adalah sangat kuat.

4. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil Uji koefisien Determinasi (R^2) yang diperoleh adalah sebesar 0,540. Hal ini di artikan bahwa 54,0% Minat Beli Ulang pada Depot Pasmaqua dapat di jelaskan oleh Kepuasan Konsumen, sedangkan sisanya yaitu sebesar 46% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

5. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Dari hasil uji nilai F_{hitung} sebesar 115,246 dengan taraf signifikan sebesar 0,000 sedangkan F_{tabel} sebesar 3,09 dengan taraf signifikan 0,05 (5%). Hal ini dapat disimpulkan bahwa $115,246 > 3,09$. Hasil uji kelayakan regresi (Uji F) menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya model regresi linier dapat digunakan untuk memprediksi nilai Minat Beli Ulang yang di pengaruhi oleh variabel Kepuasan Konsumen pada Depot Pasmaqua Pontianak.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Perusahaan harus mampu membuktikan bahwa mereka menggunakan sumber air terpercaya yang berasal dari Anjungan dan harus bisa memastikan kualitas air mulai dari pengisian, pengantaran hingga sampai ke tangan konsumen.
2. Perusahaan harus memperhatikan fasilitas fisik yang ada dengan cara melakukan pengecekan berkala pada kendaraan alat transportasi dan juga memastikan kendaraan dalam keadaan bersih saat pengantaran galon.

DAFTAR PUSTAKA

- Arini & Sukardi. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Haikal Collection Di Sekua Kabupaten Sambas. *Jurnal Prduktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*, 8(1).
- Gani, Irwan dan Amalia, Siti. 2015. *Alat Analisis Data Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi Dan Sosial*. Yogyakarta: ANDI
- Kotler, Philip, dan Gany Arsmstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan kevin, Lane Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlanggan, Jakarta
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. CV. Alfabeta, Bandung
- Ramadhani, Nurhadi. 2022 *Pengaruh Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Merek Aqua*. Vol 11 No 2 Maret 2022
- Sarjono, Bambang 2013. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Produk, Harga, Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang. *ORBIT*. Vol.9 No. 3, 230.
- Siregar, Syofian. 2017. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnia Ekonomi*. Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy 2014. *Pemasaran Jasa*. Bayu Media. Malang
- Veronica, Bella, Resta. 2021. **Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Menggunakan Laundry Maestro Pontianak**
- Yuniarti, Vinna Sari. 2015. **Perilaku Konsumen Teori dan Praktik**. CV pustaka Setia, Bandung.

LAMPIRAN 1**KUESIONER PENELITIAN****PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
MINAT BELI ULANG PADA DEPOT PASMAQUA DI KOTA PONTIANAK**

Sehubungan dengan penyusunan skripsi dengan judul di atas, hormat saya:

Nama : Indah Lestari
NIM : 191310107
Program Studi : Manajemen (S1)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas : Muhammadiyah Pontianak

Mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan benar sesuai petunjuk serta memberikan jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Atas kesediaan anda dalam memberi bantuan pengisian kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

A. PETUNJUK PENGISIAN

1. Isilah data diri anda dan pernyataan lain dengan lengkap dan benar.
2. Jawablah seluruh pertanyaan yang telah disediakan.
3. Berikan tanda (√) pada jawaban yang saudara/i pilih sesuai dengan keadaan sebenarnya.

B. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. No Hp :
3. Alamat :
4. Usia :
5. Pendidikan :

- 6. Status Perkawinan :
- 7. Jenis Kelamin :
- 8. Pekerjaan :
- a. Penghasilan :
- b. Frekuensi Pembelian :

C. PILIHAN JAWABAN

Berikut merupakan keterangan dari setiap alternatif jawaban:

Keterangan	Skor
Sanangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

D. DAFTAR PERTANYAAN

1. Variabel Kepuasan Konsumen (X)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	Keandalan					
1	Kecepatan dalam proses melayani konsumen Depot Pasmaqua Di Kota Pontianak					
2	Ketelitian dan kecepatan karyawan dalam menghitung harga yang harus dibayar konsumen					
3	Pelayanan yang diberikan karyawan sesuai dengan harapan pelanggan					
	Responsivitas					
4	Karyawan cepat dan tanggap menghadapi setiap keluhan pelanggan					
5	Karyawan cepat tanggap jika terjadi permasalahan					
	Jaminan					
6	Sikap ramah, jujur dan sopan karyawan dalam memberikan pelayanan					
7	Air yang diambil oleh Depot Pasmaqua berasal dari Anjungan					
8	Jaminan atas surat izin usaha yang dibuat oleh Depot Pasmaqua					
	Empati					
9	Karyawan memperlakukan setiap konsumen tanpa memandang status social					
10	Jalinan komunikasi dan hubungan baik antara Depot Pasmaqua dengan konsumen					
	Berwujud					
11	Depot Pasmaqua selalu menjaga kebersihan dan kesterilan air					
12	Tersedianya alat transportasi untuk mengantar air galon					

2. Variabel Minat Beli Ulang (Y)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	Minat Transaksional					
1	Saya berniat mengunjungi depot untuk membeli ulang air galon di Depot Pasmaqua					
2	Saya berniat membeli air galon isi ulang di Depot Pasmaqua karena tersedia pesan antar					
	Minat Referensial					
3	Saya tidak ragu untuk merekomendasikan air galon di Depot Pasmaqua kepada teman dan keluarga					
4	Saya tidak akan merekomendasikan air galon selain air galon di Depot Pasmaqua					
	Minat Preferensial					
5	Saya memilih air galon di Depot Pasmaqua dalam memenuhi kebutuhan saya dan keluarga					
6	Saya memilih air galon di Depot Pasmaqua karena terjaga kebersihan dan kesterilan airnya					
	Minat Eksploratif					
7	Saya menanyakan informasi produk air galon di Depot Pasmaqua kepada orang yang sudah mengisi air galon					
8	Saya tertarik membeli air galon di Depot Pasmaqua setelah mendapatkan informasi dari teman dan kerabat					

LAMPIRAN 2

Data Responden Depot Air Minum Pasmaqua Pontianak

NO	Nama	Usia	Pendidikan	Status	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Penghasilan
1	Joni	28	S1	Menikah	Laki-laki	Swasta	3.800.000
2	Komar	33	SMA	Menikah	Laki-laki	Wiraswasta	5.000.000
3	Dinda Dwi Syanila	45	S1	Menikah	Perempuan	Wiraswasta	5.000.000
4	Meli Susanti	35	SMA	Menikah	Perempuan	Wiraswasta	3.000.000
5	Eka Yulianti	50	SMA	Menikah	Perempuan	IRT	
6	Cintia	47	SMA	Menikah	Perempuan	Wiraswasta	3.000.000
7	Elfita Susanti	20	SMA	Belum Menikah	Perempuan	Swasta	1.500.000
8	Reza Jasmania	34	S1	Menikah	Laki-laki	Wiraswasta	5.000.000
9	Yeni Pitaka	32	SMA	Menikah	Perempuan	Swasta	4.000.000
10	Normah	21	SMA	Menikah	Perempuan	IRT	
11	Ahmad Irvan	42	SMA	Menikah	Laki-laki	Swasta	3.500.000
12	Faqih Ahmad	38	S1	Menikah	Laki-laki	Swasta	4.500.000
13	Wita	28	SMA	Belum Menikah	Perempuan	Swasta	1.800.000
14	Imilra Wati	42	SMA	Menikah	Perempuan	Wiraswasta	4.500.000
15	Mirza Rizki Heryanda	28	S1	Belum Menikah	Laki-laki	Wiraswasta	3.000.000

16	Ria	29	SMA	Belum Menikah	Perempuan	Swasta	2.300.000
17	R. Bobby Arga Putra	30	S1	Belum Menikah	Laki-laki	Wiraswasta	3.000.000
18	Melati	32	SMA	Menikah	Perempuan	IRT	2.000.000
19	Bahar	38	SMA	Menikah	Laki-laki	Wiraswasta	5.000.000
20	Ayu	28	SMA	Menikah	Perempuan	Swasta	2.000.000
21	Agus Tri Cahyono	22	D3	Belum Menikah	Laki-laki	Swasta	2.000.000
22	Icha N	29	SMA	Menikah	Perempuan	IRT	2.000.000
23	Iin	48	SMA	Menikah	Perempuan	IRT	
24	Eka Ayu Wulandari	21	D3	Belum Menikah	Perempuan	PNS	5.000.000
25	Putri	23	SMA	Menikah	Perempuan	IRT	
26	Rudi	30	S1	Menikah	Laki-laki	Wiraswasta	1.800.000
27	Ani	38	SMA	Belum Menikah	Perempuan	Swasta	1.500.000
28	Yuli	23	SMA	Belum Menikah	Perempuan	Mahasiswa	
29	Fitria Wati	28	SMA	Belum Menikah	Perempuan	Wiraswasta	2.000.000
30	Iwang	47	SMA	Menikah	Laki-laki	Swasta	2.000.000
31	M. Sofyan	38	SMA	Menikah	Laki-laki	Wiraswasta	5.000.000
32	Sekar Adila	28	S1	Belum Menikah	Perempuan	Swasta	4.000.000
33	Julia	32	SMA	Menikah	Perempuan	Swasta	2.000.000
34	Ade Fitriyanti	47	S1	Menikah	Perempuan	Wiraswasta	5.000.000
35	Titin	23	SMA	Belum Menikah	Perempuan	Swasta	2.300.000
36	Caca	22	SMA	Belum Menikah	Perempuan	Mahasiswa	
37	Joko	23	SMA	Belum Menikah	Laki-laki	Swasta	2.000.000

38	Sindi	22	S1	Belum Menikah	Perempuan	Swasta	3.000.000
39	Kania	22	SMA	Belum Menikah	Perempuan	Swasta	1.800.000
40	Nabila	20	SMA	Belum Menikah	Perempuan	Mahasiswa	
41	Sri Ningsih	32	S1	Belum Menikah	Perempuan	PNS	3.000.000
42	Toni	23	SMA	Belum Menikah	Laki-laki	Swasta	1.300.000
43	Grestika	22	SMA	Belum Menikah	Perempuan	Mahasiswa	
44	Nur	42	SMA	Menikah	Perempuan	Swasta	3.000.000
45	Alvoni	35	S1	Menikah	Perempuan	IRT	2.000.000
46	Jasman	35	S1	Menikah	Laki-laki	Swasta	3.000.000
47	Shintya Yalenta	21	S1	Belum Menikah	Perempuan	Swasta	1.500.000
48	Fikri	26	SMA	Belum Menikah	Laki-laki	Swasta	2.800.000
49	Syarifah	42	SMA	Menikah	Perempuan	IRT	
50	Windi	23	S1	Belum Menikah	Perempuan	Swasta	2.800.000
51	Ahmad Karim	48	SMA	Menikah	Laki-laki	Wiraswasta	3.000.000
52	Wulan	26	SMA	Menikah	Perempuan	Swasta	1.800.000
53	Sofian	26	SMA	Belum Menikah	Laki-laki	Swasta	2.300.000
54	Hasanah	22	S1	Belum Menikah	Perempuan	Mahasiswa	
55	Reggy Mega	22	SMA	Belum Menikah	Perempuan	Mahasiswa	
56	Murjanah	45	SMA	Menikah	Perempuan	IRT	
57	Dinda Antika	21	SMA	Belum Menikah	Perempuan	Mahasiswa	
58	Nur Dian Purnama	21	SMA	Belum Menikah	Perempuan	Mahasiswa	
59	Laila Jubaidah	37	SMA	Menikah	Perempuan	IRT	
60	Rosmayanti	37	SMA	Menikah	Perempuan	IRT	
61	Wawan	28	SMA	Menikah	Laki-laki	Swasta	1.500.000

62	Raziki	21	SMA	Belum Menikah	Laki-laki	Mahasiswa	
63	Intan Permatasari	28	SMA	Belum Menikah	Perempuan	Wiraswasta	1.800.000
64	Asnah	34	SMA	Menikah	Perempuan	IRT	
65	Sarmini	40	SMA	Menikah	Perempuan	IRT	
66	Bukhari Muslim	43	SMA	Menikah	Laki-laki	Mahasiswa	
67	Rosita	35	S1	Belum Menikah	Perempuan	Swasta	2.500.000
68	Nursalam Abbas	46	SMA	Menikah	Laki-laki	Wiraswasta	4.000.000
69	Dharis Hendri	24	SMA	Belum Menikah	Laki-laki	Swasta	3.000.000
70	Ria Intan	36	S1	Menikah	Perempuan	PNS	5.000.000
71	M. Fathan Mubina	26	SMA	Menikah	Laki-laki	Wiraswasta	3.000.000
72	Argi P	32	S1	Menikah	Laki-laki	Swasta	5.000.000
73	Robin	32	D3	Menikah	Laki-laki	Wiraswasta	3.000.000
74	Naya	29	SMA	Menikah	Perempuan	Wiraswasta	3.000.000
75	Reza Aryandi	36	SMA	Menikah	Laki-laki	Wiraswasta	7.000.000
76	Sindi	23	SMA	Belum Menikah	Perempuan	Swasta	1.800.000
77	Tri Lestari	35	SMA	Menikah	Perempuan	Swasta	1.500.000
78	Rahmad	31	SMA	Belum Menikah	Laki-laki	Wiraswasta	3.000.000
79	Neni Yuliana	32	S1	Menikah	Perempuan	IRT	
80	Dwi	42	SMA	Menikah	Perempuan	IRT	
81	Bobi	28	SMA	Belum Menikah	Laki-laki	Swasta	2.000.000
82	Efendi	28	SMA	Menikah	Laki-laki	Wiraswasta	2.000.000
83	Ardiansyah	24	SMA	Belum Menikah	Laki-laki	Mahasiswa	
84	M. Hairul	19	SMA	Belum Menikah	Laki-laki	Mahasiswa	
85	Shona	22	SMA	Menikah	Perempuan	IRT	

86	Anggita	27	SMA	Belum Menikah	Perempuan	Swasta	2.000.000
87	Yuni Susanti	36	S1	Menikah	Perempuan	Wiraswasta	3.000.000
88	Casya	23	SMA	Belum Menikah	Perempuan	Mahasiswa	
89	Sukma	34	SMA	Menikah	Laki-laki	Swasta	3.500.000
90	Rizki Febrian Putra	22	D3	Belum Menikah	Laki-laki	Wiraswasta	3.000.000
91	M. Irvan	22	SMA	Belum Menikah	Laki-laki	Mahasiswa	
92	Ian	26	D3	Belum Menikah	Laki-laki	Swasta	2.000.000
93	Stepanie	23	SMA	Belum Menikah	Perempuan	Wiraswasta	3.000.000
94	Santi	22	SMA	Belum Menikah	Perempuan	Mahasiswa	
95	Arief Yuswianto	35	S1	Menikah	Laki-laki	Swasta	5.000.000
96	M. Yusuf	22	SMA	Belum Menikah	Laki-laki	Mahasiswa	
97	Nanda A	21	SMA	Belum Menikah	Perempuan	Mahasiswa	
98	Ade	28	SMA	Menikah	Laki-laki	Wiraswasta	2.500.000
99	Efendi Syaputra	29	SMA	Menikah	Laki-laki	Swasta	3.500.000
100	Aan Diana S	40	SMA	Menikah	Perempuan	IRT	

LAMPIRAN 5

Hasil Uji Validitas Variabel X

		Correlations												
		x.1	x.2	x.3	x.4	x.5	x.6	x.7	x.8	x.9	x.10	x.11	x.12	Total_X
x.1	Pearson Correlation	1	,426**	,265**	,439**	,387**	,318**	,283**	,313**	,195	,312**	,425**	,224	,661**
	Sig. (2-tailed)		,000	,008	,000	,000	,001	,004	,002	,052	,002	,000	,025	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x.2	Pearson Correlation	,426**	1	,407**	,532**	,445**	,184	,228*	,170	,218*	,199*	,133	,053	,603**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,067	,022	,092	,029	,047	,188	,599	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x.3	Pearson Correlation	,265**	,407**	1	,344**	,397**	,084	,132	,209*	,117	,124	,208*	,253*	,491**
	Sig. (2-tailed)	,008	,000		,000	,000	,407	,190	,037	,247	,221	,038	,011	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x.4	Pearson Correlation	,439**	,532**	,344**	1	,571**	,274**	,141	,285**	,330**	,296**	,335**	,128	,713**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,006	,163	,004	,001	,003	,001	,204	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x.5	Pearson Correlation	,387**	,445**	,397**	,571**	1	,117	,052	,141	,402**	,420**	,270**	,152	,655**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000			,246	,605	,161	,000	,000	,007	,132	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x.6	Pearson Correlation	,318**	,184	,084	,274**	,117	1	,393**	,362**	,403**	,238*	,318**	,362**	,570**
	Sig. (2-tailed)	,001	,067	,407	,006	,246		,000	,000	,000	,017	,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x.7	Pearson Correlation	,283**	,228*	,132	,141	,052	,393**	1	,297**	,148	,090	,167	,210*	,428**
	Sig. (2-tailed)	,004	,022	,190	,163	,605	,000		,003	,143	,373	,097	,036	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x.8	Pearson Correlation	,313**	,170	,209*	,285**	,141	,362**	,297**	1	,243*	,300**	,380**	,309**	,559**
	Sig. (2-tailed)	,002	,092	,037	,004	,161	,000	,003		,015	,002	,000	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x.9	Pearson Correlation	,195	,218*	,117	,330**	,402**	,403**	,148	,243*	1	,526**	,391**	,383**	,614**
	Sig. (2-tailed)	,052	,029	,247	,001	,000	,000	,143	,015		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x.10	Pearson Correlation	,312**	,199*	,124	,296**	,420**	,238*	,090	,300**	,526**	1	,398**	,192	,603**
	Sig. (2-tailed)	,002	,047	,221	,003	,000	,017	,373	,002	,000		,000	,056	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x.11	Pearson Correlation	,425**	,133	,208*	,335**	,270**	,318**	,167	,380**	,391**	,398**	1	,595**	,622**
	Sig. (2-tailed)	,000	,188	,038	,001	,007	,001	,097	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x.12	Pearson Correlation	,224	,053	,253*	,128	,152	,362**	,210*	,309**	,383**	,192	,595**	1	,436**
	Sig. (2-tailed)	,025	,599	,011	,204	,132	,000	,036	,002	,000	,056	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X	Pearson Correlation	,661**	,603**	,491**	,713**	,655**	,570**	,428**	,559**	,614**	,603**	,622**	,436**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

LAMPIRAN 6

Hasil Uji Validitas Variabel Y

		Correlations								
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,443**	,341**	,379**	,254*	,383**	,302**	,273**	,592**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000	,011	,000	,002	,006	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	,443**	1	,450**	,226*	,332**	,340**	,234*	,156	,534**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,024	,001	,001	,019	,120	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	,341**	,450**	1	,363**	,529**	,617**	,342**	,553**	,761**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	,379**	,226*	,363**	1	,232*	,253*	,453**	,374**	,691**
	Sig. (2-tailed)	,000	,024	,000		,020	,011	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	,254*	,332**	,529**	,232*	1	,495**	,069	,303**	,563**
	Sig. (2-tailed)	,011	,001	,000	,020		,000	,497	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	,383**	,340**	,617**	,253*	,495**	1	,340**	,456**	,686**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,011	,000		,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	,302**	,234*	,342**	,453**	,069	,340**	1	,725**	,698**
	Sig. (2-tailed)	,002	,019	,000	,000	,497	,001		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.8	Pearson Correlation	,273**	,156	,553**	,374**	,303**	,456**	,725**	1	,758**
	Sig. (2-tailed)	,006	,120	,000	,000	,002	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	,592**	,534**	,761**	,691**	,563**	,686**	,698**	,758**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

LAMPIRAN 7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X, Y Dan Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,827	12

Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,803	8

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,46345275
Most Extreme Differences	Absolute	,057
	Positive	,057
	Negative	-,049
Kolmogorov-Smirnov Z		,567
Asymp. Sig. (2-tailed)		,904

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,237	3,074		,402	,688
	Kepuasan Konsumen	,694	,065	,735	10,735	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Analisis Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,735 ^a	,540	,536	2,476

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen

Uji Kelayakan Model

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	706,519	1	706,519	115,246	,000 ^a
	Residual	600,791	98	6,131		
	Total	1307,310	99			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen

b. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

LAMPIRAN 8

Rincian Biaya Depot Pasmaqua

Tahun 2019

Air 239.100/tangki (60 x 239.100) = 14.340.510

Tutup 1.222.000/tahun (14.340.510 + 1.222.000) = 15.562.510

Upah Karyawan Hari kerja (306) x uang makan = 4.609.000/tahun

Galon yang diantar 5.816 x 1000 = 5.816.000 + 4.609.000 = 10.425.000

Biaya Oprasional (Bensin, Listrik, Tisu) = 460.000 x 12 = 5.520.000/tahun

Pajak Bumi Bangunan = 40.000/tahun

Total Biaya = 31.855.510

Pendapatan = 51.562.000

Keuntungan = 19.707.490

Tahun 2020

Air 239.100/tangki (90 x 239.100) = 21.519.000

Tutup 2.465.460/tahun (21.519.000 + 2.465.460) = 23.984.460

Upah karyawan hari kerja (306) x uang makan = 4.590.000/tahun

Galon yang diantar 8.789 x 1000 = 8.789.000 + 4.590.000 = 13.379.000

Biaya Oprasional (Bensin, Listrik, Tisu) = 570.000 x 12 = 6.840.000/tahun

Pajak Bumi Bangunan = 40.000/tahun

Total Biaya = 44.243.460

Pendapatan = 79.978.000

Keuntungan = 35.734.540

Tahun 2021

Air 245.100/tangki (145 x 245.100) = 35.539.500

Tutup 5.488.473/ tahun (35.539.500 + 5.488.473) = 41.027.973

Upah karyawan hari kerja (303) x uang makan = 4.561.000/tahun

Galon yang diantar 16.773 x 1000 = 16.773.000 + 4.561.000 = 21.294.000

Biaya Oprasional (Bensin, Listrik, Tisu) = 11.280.000/tahun

Pajak Bumi Bangunan = 40.000/tahun

Total Biaya = 73.641.973

Pendapatan = 142.075.000

Keuntungan = 68.433.027

**REKAPAN PENDAPATAN PASMAQUA
TAHUN 2019/2020/2021**

BULAN	TAHUN		
	2019	2020	2021
Januari	Rp 3.613.000	Rp 6.427.000	Rp 10.040.000
Februari	Rp 3.245.000	Rp 6.272.000	Rp 9.944.000
Maret	Rp 3.390.000	Rp 5.107.000	Rp 10.861.000
April	Rp 3.961.000	Rp 5.064.000	Rp 11.387.000
Mei	Rp 5.011.000	Rp 6.204.000	Rp 11.287.000
Juni	Rp 4.337.000	Rp 6.365.000	Rp 10.011.000
Juli	Rp 4.297.000	Rp 6.349.000	Rp 10.140.000
Agustus	Rp 5.258.000	Rp 6.979.000	Rp 12.510.000
September	Rp 4.349.000	Rp 6.662.000	Rp 12.903.000
Oktober	Rp 4.128.000	Rp 7.927.000	Rp 12.742.000
November	Rp 4.792.000	Rp 7.721.000	Rp 14.873.000
Desember	Rp 5.181.000	Rp 8.901.000	Rp 15.377.000
JUMLAH	Rp 51.562.000	Rp 79.978.000	Rp 142.075.000