

# PENGARUH CITRAMEREK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA DWSP WHEEL AND AUTOSHOP

Indra Mardiansep<sup>1)</sup>, Zeshasina Rosha<sup>2)</sup>, Irda<sup>3)</sup>.

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: [indra.mardiansah12@gmail.com](mailto:indra.mardiansah12@gmail.com)

[zeshasina@yahoo.com](mailto:zeshasina@yahoo.com)

[irda@bunghatta.ac.id](mailto:irda@bunghatta.ac.id)

## PENDAHULUAN

Salah satu persaingan bisnis adalah di bidang otomotif, khususnya modifikasi mobil. Modifikasi yang banyak dilakukan oleh yaitu memodifikasi pada bagian velg, modifikasi ini sangat umum dilakukan bahkan jadi tren bagi pengguna mobil yang ingin tampil beda, caranya dengan mengganti velg asli mobil, dengan velg aftermarket. Di Indonesia sendiri banyak yang menjual velg aftermarket asli bahkan ada velg replikanya.

Objek pada penelitian ini yaitu Toko Dwikisaputra atau biasa disingkat DWSP Wheel and Autoshop di Kota Padang. Berikut ini merupakan tabel penjualan dari Toko DWSP pada tahun 2019-2020:

**Tabel 1. Volume Tingkat Penjualan DWSP Tahun 2019-2020**

No	Bulan	Unit (Set)		Penjualan (Rp)
		Target	Realita	
1	Sep	80	120	612.051.021
2	Okt	80	124	622.087.040
3	Nov	80	130	641.035.520
4	Des	80	121	608.402.843
5	Jan	80	110	581.055.021
6	Feb	80	90	420.086.553

Sumber: Toko DWSP Tahun 2019-2020

Dapat dijelaskan bahwa penjualan produk velg setiap bulannya melebihi dari yang di targetkan. Dari 6 bulan tersebut, pada bulan November dengan penjualan velg tertinggi terjual sebanyak 130 buah, dengan angka penjualan mencapai Rp 641.035.520 juta rupiah. Sedangkan penjualan terendah dari data tersebut terjadi pada bulan Januari terjual sebanyak 90 buah, dengan angka penjualan Rp 420.086.553 juta

rupiah. Tetapi pada bulan tersebut tetap melebihi dari yang ditargetkan oleh toko DWSP Wheel and Autoshop.

Sementara penurunan penjualan juga disebabkan banyaknya komplain atau keluhan dari pelanggan yaitu, tempat parkir mobil pelanggan tergolong sempit juga kurangnya tempat duduk tunggu untuk pelanggan. Selain itu dimensi toko yang tidak terlalu besar dapat membuat pelanggan susah dan bingung untuk memilih velg yang ingin di beli.

Secara teoritis [1], *Intention to buy* didefinisikan sebagai pernyataan yang berkaitan dengan batin yang mencerminkan rencana dari pembeli untuk membeli suatu merek tertentu dalam suatu periode waktu tertentu. Sebelum adanya minat beli ulang konsumen terlebih dahulu merasakan puas, jika konsumen puas maka mereka akan melakukan pembelian ulang.

Menurut [2], Kepuasan dapat tercipta saat perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik. Konsumen akan merasa telah membuat keputusan yang tepat saat konsumen merasa puas atas produk yang telah dikonsumsinya. Kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif terhadap minat membeli ulang. Semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka akan semakin tinggi pula niat membeli kembali.

Menurut [3], bahwa citra Merek adalah kesan, perasaan dan gambaran dari publik terhadap perusahaan, kesan yang sengaja diciptakan dari suatu objek, orang-orang atau organisasi. Disisi lain Harga juga mempunyai peluang untuk mencapai kepuasan dan menciptakan loyalitas pelanggan. Menurut [4], pelanggan merasa penentuan harga yang sesuai dengan kualitas akan memberikan rasa kepuasan.

## METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan DWSP Wheel and Autoshop di Kota Padang

Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diambil dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan daftar pernyataan dalam bentuk kuesioner (Angket) dan Metode analisa data adalah *Structural Model Assesment* (SMA) menggunakan Smart PLS.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis**

Arah	Original Sample	(STDEV)	T Statistics	P Values	KET
CM -> KP	0.815	0.098	8.300	0.000	H1 Diterima
CM->MBU	0.151	0.165	0.916	<b>0.360</b>	H2 Ditolak
H -> KP	0.081	0.104	0.775	<b>0.438</b>	H3 Ditolak
H->MBU	0.140	0.124	1.133	<b>0.258</b>	H4 Ditolak
KP->MBU	0.497	0.175	2.849	0.005	H5 Diterima
CM> KP->MBU	0.405	0.142	2.847	0.005	H6 Diterima
H> KP->MBU	0.040	0.060	0.066	<b>0.506</b>	H7 Ditolak

Sumber: Data Primer Diolah, 2020 .

### Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, tetapi citra merek tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang. Harga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dan Harga tidak berpengaruh terhadap Miant Beli Ulang. Kepuasan Kelanggan berpengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang, Kepuasan Pelanggan memediasi hubungan antara Citra Merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, tetapi kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara harga tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada *DWSP Wheel and Autoshop*.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Dari 7 hipotesis ada 4 yang ditolak. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis maka disarankan pihak DWSP untuk memperhatikan dari segi Harga yang di tawarkan supaya kedepannya dapat membuat konsumen lebih tertarik untuk melakukan pembelian ulang velg pada DWSP.

Disarankan untuk penelitian selanjutnya agar , hendaknya penelitian mendatang menggunakan objek penelitian yang berbeda, sehingga dapat mengetahui lebih jelas mengenai minat beli ulang contohnya lebih kepada perusahaan berbasis kepada produk kecantikan, elektronik dan lain-lain.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada Ibu ZeshasinaRosha, S.E., M.Si selaku pembimbing I, terima kasih atas semua ilmu yang ibu berikan kepada saya, baik itu selama perkuliahan maupun selama proses bimbingan skripsi dengan meluangkan waktu ibu. Terima kasih juga kepada Ibu Irda S.E., M.A selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu ibu, terima kasih banyak atas nasehat-nasehat selama bimbingan yang telah ibu berikan serta arahan-arahan atau saran-saran yang berguna bagi penulis menyelesaikan skripsi ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kurniawan, Santoso, dan Dwiyanto. 2007. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan(Studi Kasus Pada Produk Sakatonik Liver Di Kota Semarang). Vol 4. No 2.
- [2] Kautsar, Angga P, Sunu Widiyanto, Rizky Abdulah, dan Hesti Amalia. 2012. Relationship of Consumer Involvement, Credibility of the Source of Information and Consumer Satisfaction on Purchase Decesion of Non- Prescription Drugs. *Social and Behavioral Science*, 65(1), 449 – 454.
- [3] Setiawan, Meriani. 2007.Efektivitas Pesan Iklan "IM3 Raja Voucher" dan Penggunaan Endorser terhadap Citra Perusahaan pada Masyarakat Surabaya (Iklan Pada Harian Jawa Pos).
- [4] Malik, Muhammad Ehsan, Ghafoor, Muhammad Mudasar, dan Iqbal, Hafz Kashif. 2012.Impact of Brand Image, Service Quality and Price on Customer Satisfaction in PakistanTelecommunication Sector. *International Journal of Business and Social Science*, Vol 3No. 23.

### Skripsi/ Tesis/ Disertasi:

Indra Mardiansep. 2020. Pengaruh Citramerek Dan Hargaterhadap Minatbeli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel intervening Pada DwsP Wheel And Autoshop. *Skripsi*. Universitas Bung Hatta, Padang.