

**Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang dengan  
Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening* pada *Catering* Pondok Harmony  
di Kabupaten Sanggau**

**Feby Kusuma<sup>1</sup>, Erna Listiana<sup>2</sup>, Ramadania<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Jurusan Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Tanjungpura, Jl. Prof. Dr. H Jl. Profesor Dokter H. Hadari Nawawi, Kota  
Pontianak, Kalimantan Barat 78124  
b2041232016@student.untan.ac.id

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of product and price on customer satisfaction and repurchase intention at Pondok Harmony Catering in Sanggau Regency. This study is an associative study. The population in this study were all consumers of Pondok Harmony Catering, with a sample of 100 people. The sampling technique used was purposive sampling. The data analysis technique used in this study was structural equation modeling (SEM). The results showed that the product variable had a positive and significant effect on satisfaction while the product had a positive but insignificant effect on repurchase intention. The price variable had a positive but insignificant effect on satisfaction while the price variable had a positive and significant effect on repurchase intention. The satisfaction variable had a positive and significant effect on repurchase intention. The product variable had a positive and significant effect on repurchase intention through satisfaction and the price variable had a positive and significant effect on repurchase intention through satisfaction.*

**Keywords:** *Product, Price, Satisfaction, Repurchase Intention*

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk dan harga terhadap kepuasan dan minat beli ulang pelanggan pada Katering Pondok Harmony di Kabupaten Sanggau. Penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Katering Pondok Harmony, dengan sampel sebanyak 100 orang. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *sampling purposive*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *structural equation modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan sedangkan produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat beli ulang. Variabel harga berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan sedangkan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Variabel kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan dan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan.

**Kata Kunci:** Produk, Harga, Kepuasan, Minat Beli Ulang

**PENDAHULUAN**

Pada era modern ini, persaingan dalam bisnis kuliner semakin ketat dan banyak inovasi. Para pelaku bisnis kuliner harus mampu memaksimalkan kinerja

perusahaannya agar mampu bersaing. Pelaku bisnis kuliner perlu berupaya keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan serta keinginan pelanggannya, serta mendapatkan masukan penting guna merancang strategi pemasaran yang tepat agar dapat menciptakan kepuasan konsumen.

Salah satu jenis bisnis kuliner adalah bisnis katering. Katering merupakan istilah umum untuk usaha yang melayani pemesanan berbagai jenis makanan dan minuman siap saji untuk pesta atau acara tertentu, baik untuk acara keluarga maupun instansi atau perusahaan. Usaha katering saat ini berkembang pesat, terutama di Kabupaten Sanggau, yang dapat dilihat dari jumlah usaha katering yang terdaftar di dinas terkait. Berikut ditampilkan usaha katering di Kabupaten Sanggau yang terdaftar di OSS RBA (*Online Single Submission Risk Based Approach*) Dinas Penanaman Model dan PTSP Kabupaten Sanggau tahun 2023:

**Tabel 1. Usaha Rumah/Warung Makan dan Penyediaan Jasa Boga (*Event Katering*) di Kabupaten Sanggau Tahun 2025**

| No | Nama Usaha/Pemilik         | Alamat   |
|----|----------------------------|--|
| 1  | RM Salwa                   | Jl. Sabang Merah RT. 015/RW. 006                             |
| 2  | Warung Makan “Gembira”     | Jl. Pancasila No. 05 RT. 009/RW. 002                         |
| 3  | WK Falisha                 | Jl. Mangga RT. 001, Lingkungan Kantu                         |
| 4  | Alleya                     | Jl. P.H. Sulaiman, RT. 004/RW. 002                           |
| 5  | Projal Catering            | Jl. Jend. Sudirman Komplek Bina Marga No. 43 RT. 010/RW. 004 |
| 6  | Pondok Harmony             | Jl. A. Yani  |
| 7  | WR Makan Kings Seafood     | Balai Karangany III  |
| 8  | Andi Pratama Graha         | Jl. R.E. Martadinata RT. 006/RW. 002                         |
| 9  | Grafika                    | Jl. Jend. Sudirman No. 61 RT. 003/RW. 004                    |
| 10 | Winda Kristanti Witriasari | Jalan Haji Said No. 07 RT. 001/RW. 001                       |
| 11 | Nika                       | Dusun Kedondong RT. 0001/RW. 008                             |
| 12 | Rido Tanjung               | Desa Sosok   |
| 13 | Rasda                      | Jl. A.R. Hakim RT. 003/RW.004                                |
| 14 | Dapoer Btg                 | Jl. Trans Kalimantan, Dusun Piasak No. 7                     |
| 15 | Tori Jaya                  | Dusun Pulau Tayan Utara                                      |
| 16 | Kladia Lilis Nurhani       | Jl. Merdeka  |
| 17 | Putri Imanda Sri Dahlia    | Jl. Mawar Blok B 08  |
| 18 | Edi Nur Hendri             | Jl. Cermay No. 30, RT. 001/RW. 001                           |
| 19 | Hermin Hidayati            | Dusun Sosok II RT. 001                                       |
| 20 | Bardikari Jaya             | Jl. Dr. Setia Budi   |
| 21 | Bunga Melati               | Dusun Pulau, Tayan Barat                                     |
| 22 | Antoni Hidayat             | Dusun Sengkuang Kapuas                                       |
| 23 | Etty Malahayati            | Dusun Sungai Batu  |
| 24 | Muhammad Nurdin            | Jl. Nenas No. 53   |
| 25 | Ida Rohayani               | Jl. Pembangunan  |

|    |                        |  |
|----|------------------------|--|
| 26 | Hartini                | Dusun Dalam Tayan  |
| 27 | Kasino                 | Jl. Pancasila  |
| 28 | Joko                   | Dusun Padu   |
| 29 | Norlina                | Dusun Entikong RT. 002/RW. 001                           |
| 30 | Isnawati               | Jl. Kom Yos Sudarso No. 92, RT. 006/RW. 006              |
| 31 | Decaya Karya Sejahtera | Jl. Sutan Syahrir, Badang                                |
| 32 | Hendriansyah           | Jl. Mungguk Badang Gg. Mandiri II No. 23 RT. 021/RW. 007 |
| 33 | Abdul Kamar            | Jl. Masjid Agung No. 10C                                 |
| 34 | Masri. M               | Entikong   |
| 35 | Dwi Siswanto           | Jl. Jend. Sudirman                                       |

Sumber: Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Sanggau, 2025

Pondok Harmony sudah terdaftar di Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Sanggau tahun 2019 dengan Nomor Induk Berusaha 912011241229. Pondok Harmony berdiri sejak 15 Februari 2015, didirikan oleh ibu Aminah. Pondok Harmony awalnya merupakan usaha rumahan kecil-kecilan yang menggunakan sistem pemasaran dari mulut ke mulut. Namun lambat laun usaha ini banyak dikenal oleh orang-orang khususnya di daerah Kabupaten Sanggau. Dari awal berdirinya hingga saat ini, Pondok Harmony selalu berinovasi pada produk yang ditawarkan dan menyediakan berbagai menu yang dapat dipilih konsumen.

Pondok Harmony adalah usaha catering yang melayani berbagai acara di Kabupaten Sanggau. Usaha ini mulai beroperasi pada tahun 2015 dan sekarang sudah berjalan selama 10 tahun. Pemiliknya bernama Ibu Aminah. Saat ini *catering* ini sudah cukup dikenal di kalangan masyarakat Kabupaten Sanggau.

Katering Pondok Harmony beralamat di Jalan A. Yani RT 003, RW 004, Kecamatan Kapuas, Kabupaten Sanggau. Sebagai suatu usaha yang bergerak di bidang kuliner, Katering Pondok Harmony sudah memiliki surat izin usaha perdagangan (SIUP) No. 9120101241229 yang dikeluarkan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sanggau tahun 2019.

Makanan yang disediakan oleh Pondok Harmony memiliki kualitas yang baik, berasal dari bahan baku yang kualitasnya baik dan proses memasak dan menyajikannya juga baik. Pondok Harmony sudah cukup dikenal oleh masyarakat Kabupaten Sanggau. Kemasan yang digunakan Pondok Harmony untuk paket nasi kotak cukup sederhana namun juga aman untuk mengemas makanan para pemesan. Untuk pemesanan prasmanan Pondok Harmony menyediakan tempat saji beserta alat makan sesuai dengan porsi yang dipesan. Pondok Harmony juga menyediakan layanan pengantaran makanan yang dipesan oleh ke konsumen untuk dapat langsung diantarkan ke tempat di mana acara berlangsung.

Harga menu nasi kotak dan prasmanan bervariasi sesuai dengan menu yang dipilih. Untuk pemesanan dengan menu selain yang tercantum pada Tabel 1.2, harga per porsi ditentukan oleh pemilik. Pembayaran bisa dilakukan secara tunai dan non tunai (transfer). Untuk pemesanan nasi kotak, konsumen tidak harus membayar DP (*down payment*) dan pelunasan bisa dilakukan pada saat pesanan diantar. Untuk

pemesanan prasmanan, konsumen akan diminta untuk membayar DP sebesar 50% dari total pesanan dan pelunasan dilakukan sesuai kesepakatan antara pemesan dan pemilik Pondok Harmony. Harga yang ditawarkan terjangkau bagi berbagai kalangan dan sesuai dengan kualitas makanan yang dibuat oleh Pondok Harmony. Di Kabupaten Sanggau harga yang ditawarkan oleh Pondok Harmony bisa bersaing dengan katering-katering pesaingnya yang lain.

Dengan banyaknya pesaing, Pondok Harmony dituntut untuk membuat inovasi-inovasi baru agar mampu bersaing. Pelanggan akan mencari dan membandingkan usaha-usaha sejenis sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli atau menggunakan layanan perusahaan tersebut. Demikian halnya dengan usaha katering. Pelanggan akan membandingkan produk, harga, atau hal-hal lain yang paling sesuai dengan keinginan mereka. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Aminah sebagai pemilik Pondok Harmony diperoleh informasi bahwa pelanggan cenderung memilih Pondok Harmony karena Pondok Harmony dapat menyediakan makanan sesuai dengan yang diinginkan para pelanggan. Hal ini dilakukan oleh Pondok Harmony agar pelanggan puas dan tertarik untuk melakukan pembelian ulang.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Menurut Siregar (2018, hal. 7): “Penelitian asosiatif/hubungan merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, yaitu produk, harga, kepuasan dan minat beli ulang.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang, yaitu konsumen Pondok Harmony. Karakteristik responden dalam penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan per bulan, frekuensi pembelian yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

### **Jenis Kelamin**

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

**Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| No | Jenis Kelamin | Jumlah Responden (orang) | Persentase (%) |
|----|---------------|--------------------------|----------------|
| 1  | Laki – Laki   | 81                       | 81             |
| 2  | Perempuan     | 19                       | 19             |
|    | <b>Jumlah</b> | <b>100</b>               | <b>100</b>     |

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 2 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah laki-laki, yaitu sebanyak 81 orang dengan persentase sebesar 81%.

#### Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut ini:

**Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

| No | Usia (tahun)  | Jumlah Responden (orang) | Persentase (%) |
|----|---------------|--------------------------|----------------|
| 1  | 18-27         | 66                       | 66             |
| 2  | 28-37         | 24                       | 24             |
| 3  | 38-47         | 10                       | 10             |
|    | <b>Jumlah</b> | <b>100</b>               | <b>100</b>     |

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berusia 18-27 tahun, yaitu sebanyak 66 orang dengan persentase sebesar 66%.

#### Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini:

**Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

| No | Pendidikan    | Jumlah Responden (orang) | Persentase (%) |
|----|---------------|--------------------------|----------------|
| 1  | SMA           | 33                       | 33             |
| 2  | DIII          | 21                       | 21             |
| 3  | DIV/S1        | 46                       | 46             |
|    | <b>Jumlah</b> | <b>100</b>               | <b>100</b>     |

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berpendidikan terakhir SMA, yaitu sebanyak 33 orang dengan persentase sebesar 33%.

#### Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini:

**Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

| No | Pekerjaan       | Jumlah Responden (orang) | Persentase (%) |
|----|-----------------|--------------------------|----------------|
| 1  | PNS             | 10                       | 10             |
| 2  | Karyawan Swasta | 19                       | 19             |
| 3  | Wiraswasta      | 44                       | 44             |

|   |               |            |            |
|---|---------------|------------|------------|
| 4 | Mahasiswa     | 27         | 27         |
|   | <b>Jumlah</b> | <b>100</b> | <b>100</b> |

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini bekerja sebagai wiraswasta, yaitu sebanyak 44 orang dengan persentase sebesar 44%.

### **Penghasilan Per Bulan**

Karakteristik responden berdasarkan penghasilan per bulan dapat dilihat pada Tabel 6 berikut ini:

**Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan**

| No | Penghasilan Per Bulan (Rp) | Jumlah Responden (orang) | Persentase (%) |
|----|----------------------------|--------------------------|----------------|
| 1  | 500.000 – 1.499.999        | 20                       | 22             |
| 2  | 1.500.000 – 2.499.999      | 26                       | 26             |
| 3  | 2.500.000 – 3.499.999      | 20                       | 20             |
| 4  | 3.500.000 – 4.499.999      | 33                       | 33             |
|    | <b>Jumlah</b>              | <b>100</b>               | <b>100</b>     |

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki penghasilan per bulan antara Rp 3.500.000,00 – Rp 4.499.000,00, yaitu sebanyak 33 orang dengan persentase 33%.

### **Frekuensi Pembelian Per Bulan**

Karakteristik responden berdasarkan frekuensi kunjungan dapat dilihat pada Tabel 7 berikut ini :

**Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan**

| No | Frekuensi Pembelian | Jumlah Responden (orang) | Persentase (%) |
|----|---------------------|--------------------------|----------------|
| 1  | 2 kali              | 28                       | 28             |
| 2  | 3-5 kali            | 39                       | 39             |
| 3  | >5 kali             | 33                       | 33             |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>100</b>               | <b>100</b>     |

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 7 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berkunjung paling banyak 3-5 sebanyak 39 orang dengan persentase sebesar 39%.

### **Analisis Data**

#### **Measurement Model**

*Measurement model* dinilai berdasarkan nilai reliabilitas dan validitas, yang dapat dilihat dari hasil *outer loadings, construct reliability and validity, discriminant*

validity, dan goodness fit model.

Hasil *outer loadings* dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 8. Hasil *Outer Loadings***

|       | Produk | Harga | Kepuasan Pelanggan | Minat Beli Ulang |
|-------|--------|-------|--------------------|------------------|
| X1.1  | 0.721  |       |                    |                  |
| X1.2  | 0.646  |       |                    |                  |
| X1.3  | 0.695  |       |                    |                  |
| X1.4  | 0.652  |       |                    |                  |
| X1.5  | 0.734  |       |                    |                  |
| X1.6  | 0.614  |       |                    |                  |
| X1.7  | 0.662  |       |                    |                  |
| X1.8  | 0.601  |       |                    |                  |
| X1.9  | 0.624  |       |                    |                  |
| X1.10 | 0.567  |       |                    |                  |
| X1.11 | 0.745  |       |                    |                  |
| X1.12 | 0.703  |       |                    |                  |
| X1,13 | 0.669  |       |                    |                  |
| X2.1  |        | 0.755 |                    |                  |
| X2.2  |        | 0.749 |                    |                  |
| X2.3  |        | 0.640 |                    |                  |
| X2.4  |        | 0.688 |                    |                  |
| X2.5  |        | 0.724 |                    |                  |
| X2.6  |        | 0.690 |                    |                  |
| X2.7  |        | 0.626 |                    |                  |
| Y1.1  |        |       | 0.725              |                  |
| Y1.2  |        |       | 0.649              |                  |
| Y1.3  |        |       | 0.686              |                  |
| Y1.4  |        |       | 0.665              |                  |
| Y1.5  |        |       | 0.725              |                  |
| Y1.6  |        |       | 0.594              |                  |
| Y1.7  |        |       | 0.646              |                  |
| Y1.8  |        |       | 0.585              |                  |
| Y1.9  |        |       | 0.632              |                  |
| Y1.10 |        |       | 0.559              |                  |
| Y1.11 |        |       | 0.666              |                  |
| Y1.12 |        |       | 0.701              |                  |
| Y1.13 |        |       | 0.674              |                  |
| Y1.14 |        |       | 0.771              |                  |
| Y1.15 |        |       | 0.673              |                  |
| Y2.1  |        |       |                    | 0.650            |
| Y2.2  |        |       |                    | 0.733            |
| Y2.3  |        |       |                    | 0.633            |

|       |  |  |  |       |
|-------|--|--|--|-------|
| Y2.4  |  |  |  | 0.673 |
| Y2.5  |  |  |  | 0.633 |
| Y2.6  |  |  |  | 0.645 |
| Y2.7  |  |  |  | 0.600 |
| Y2.8  |  |  |  | 0.726 |
| Y2.9  |  |  |  | 0.685 |
| Y2.10 |  |  |  | 0.660 |

Sumber: Data Olahan, 2025

Suatu indikator dinyatakan memenuhi *convergent validity* dalam kategori baik apabila nilai *outer loading* > 0,700. Machfud & Dwi (2013) menjelaskan bahwa dalam beberapa kasus, syarat *loading* di atas 0,70 sering tidak terpenuhi khususnya untuk kuesioner yang baru dikembangkan. Oleh karena itu, *loading factor* antara 0,40- 0,70 harus tetap dipertimbangkan untuk tetap dipertahankan. Selanjutnya dijelaskan pula bahwa indikator dengan *loading* < 0,40 dihapus dari model. Penghapusan indikator dengan *loading* antara 0,40-0,70 dilakukan apabila indikator tersebut dapat meningkatkan AVE dan *composite reliability* di atas nilai batasannya.

Berdasarkan tabel nilai *outer loadings* dapat dilihat bahwa semua item atau indikator memiliki nilai *outer loading* > 0,4. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item atau indikator telah valid secara validitas butir.

Selanjutnya dilakukan analisis terhadap *Construct Reliability and Validity*. *Construct Reliability and Validity* adalah mengukur reliabilitas dan validitas konstruk variabel laten. Hasil pengujian untuk *Construct Reliability* dan *Validity* dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 9. Construct Reliability and Validity**

|                    | Cronbach's Alpha | rho_A | Composite Reliability | Average Variance Extracted (AVE) |
|--------------------|------------------|-------|-----------------------|----------------------------------|
| Produk             | 0.895            | 0.897 | 0.912                 | 0.544                            |
| Harga              | 0.824            | 0.830 | 0.868                 | 0.687                            |
| Kualitas Pelayanan | 0.909            | 0.911 | 0.922                 | 0.643                            |
| Minat Beli Ulang   | 0.877            | 0.879 | 0.899                 | 0.549                            |

Sumber: Data Olahan, 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa semua konstruk memiliki nilai cronbach's alpha > 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konstruk yang digunakan adalah reliabel.

Tabel di atas juga menjelaskan tentang hasil pengujian validitas konvergen, yang dapat dilihat dari nilai Average Variance Extracted (AVE). nilai AVE semua konstruk > 0,5. Maka dapat disimpulkan bahwa semua konstruk valid secara konvergen.

Langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian validitas diskriminan, sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 10. Discriminant Validity (Fornell-Larcker)**

|                    | X1    | X2    | Y1    | Y2    |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|
| Produk             | 0.985 |       |       |       |
| Harga              | 0.688 | 0.886 |       |       |
| Kualitas Pelayanan | 0.689 | 0.848 | 0.990 |       |
| Minat Beli Ulang   | 0.684 | 0.675 | 0.667 | 0.986 |

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua akar dari AVE (Fornell- Larcker Criterion) tiap konstruk lebih besar daripada korelasi dengan variabel lainnya, maka syarat validitas diskriminan pada model dalam penelitian ini telah terpenuhi.

Output pengujian lainnya terhadap model dilakukan dengan melihat nilai R Square yang menguji *Goodness Fit Model* dalam *inner model* penelitian. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 11. Goodness Fit Model**

|    | R Square | R Square Adjusted |
|----|----------|-------------------|
| Y1 | 0.728    | 0.715             |
| Y2 | 0.876    | 0.855             |

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R Square yang menunjukkan pengaruh secara bersama-sama atau simultan X1 dan X2 terhadap Y1 adalah sebesar 0,728. Maka dapat disimpulkan bahwa semua konstruk eksogen (X1, X2) secara serentak mempengaruhi Y1 sebesar 0,728 atau 72,8%. Oleh karena Adjusted R Square lebih dari 25% namun kurang dari 75% maka pengaruh semua konstruk eksogen (X1, X2) terhadap Y1 termasuk sedang/moderat.

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R Square yang menunjukkan pengaruh secara bersama-sama atau simultan X1, X2 dan Y1 terhadap Y2 adalah sebesar 0,876. Maka dapat disimpulkan bahwa semua konstruk eksogen (X1, X2, Y1) secara serentak mempengaruhi Y2 sebesar 0,876 atau 87,6%. Oleh karena Adjusted R Square lebih dari 75% maka pengaruh semua konstruk eksogen (X1, X2, Y1) terhadap Y2 termasuk kuat.

### **Structural Model**

Dalam bagian ini dijelaskan hasil pengujian hipotesis, dengan melihat hasil pengujian untuk *Direct Effects* dan *Indirect Effects*.

### **Direct Effects**

Hasil dari analisis *bootstrapping* PLS SEM *direct effects* dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 12. Direct Effect**

| Hypothesized path | Standardized path coefficient | t- statistic | P Values | Results  |
|-------------------|-------------------------------|--------------|----------|----------|
| H1: X1 → Y1       | 0.852                         | 6.220        | 0.000    | Diterima |
| H2: X2 → Y1       | 0.478                         | 0.547        | 0.584    | Ditolak  |
| H3: X1 → Y2       | 0.162                         | 2.465        | 0.412    | Ditolak  |
| H4: X2 → Y2       | 0.004                         | 1.540        | 0.000    | Diterima |
| H5: Y1 → Y2       | 0.515                         | 1.540        | 0.025    | Diterima |

Dapat dilihat pada *output* di atas bahwa hubungan langsung (*direct effect*) antara Produk dan Kepuasan pelanggan, Harga dan Minat Beli Ulang serta Kepuasan Pelanggan dan Minat Beli ulang, memiliki nilai p-value kurang dari tingkat signifikansi 0,05 sehingga dinyatakan signifikan. Sedangkan hubungan langsung (*direct effect*) antara Harga dan Kepuasan Pelanggan, Produk dan Minat Beli Ulang, memiliki nilai p-value lebih dari tingkat signifikansi 0,05 sehingga dinyatakan tidak signifikan.

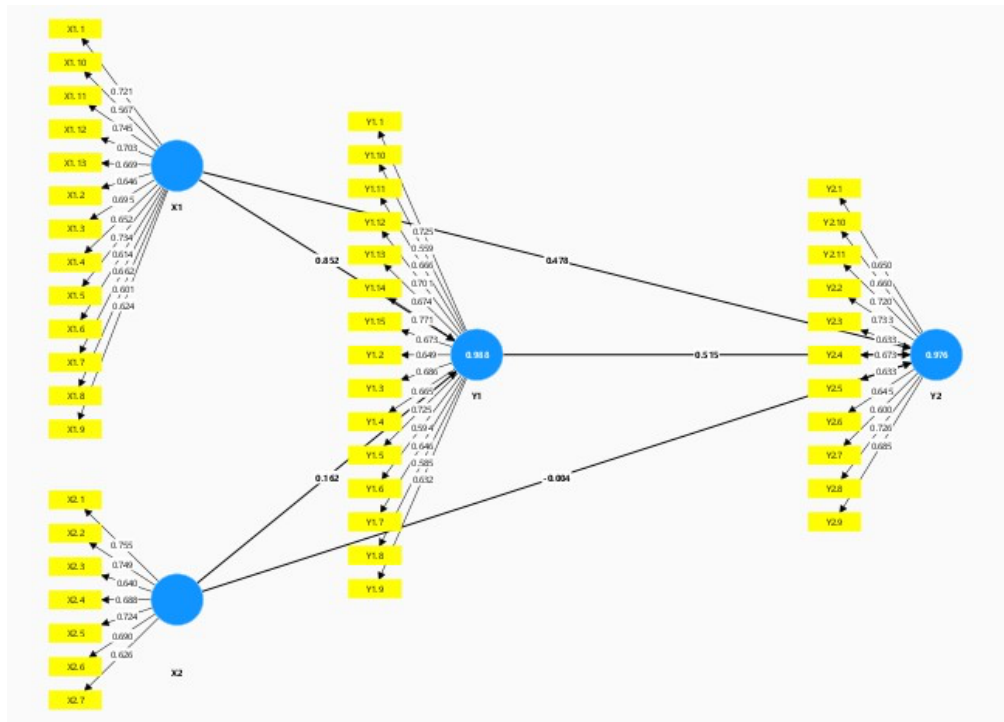
Hasil dari analisis *bootstrapping* PLS SEM *indirect effects* dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 13. Indirect Effect**

|                  | Standardized path coefficient | T Statistics | P Values | Results  |
|------------------|-------------------------------|--------------|----------|----------|
| H8: X1 → Y1 → Y2 | 0.046                         | 2.275        | 0.045    | Diterima |
| H9: X2 → Y1 → Y2 | 0.060                         | 2.212        | 0.027    | Diterima |

Dapat dilihat pada *output* di atas bahwa seluruh hubungan tidak langsung (*indirect effect*) variabel memiliki p-value kurang dari tingkat signifikansi 0,05 sehingga dinyatakan signifikan.

Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 1. Hasil Pengujian Hipotesis**

Sumber: Data Olahan, 2025

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- Hasil pengujian hipotesis pertama diketahui bahwa variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Artinya hipotesis berbunyi semakin baik produk maka semakin meningkat kepuasan pada Katering Pondok Harmony di Kabupaten Sanggau.
- Hasil pengujian hipotesis kedua diketahui bahwa variabel produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat beli ulang. Artinya hipotesis berbunyi semakin baik produk maka semakin meningkat minat beli ulang pada Katering Pondok Harmony di Kabupaten Sanggau.
- Hasil pengujian hipotesis ketiga diketahui bahwa variabel harga berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan. Artinya hipotesis berbunyi semakin baik harga maka semakin meningkat kepuasan pada Katering Pondok Harmony di Kabupaten Sanggau.
- Hasil pengujian hipotesis keempat diketahui bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Artinya hipotesis berbunyi semakin baik harga maka semakin meningkat minat beli ulang pada Katering Pondok Harmony di Kabupaten Sanggau.
- Hasil pengujian hipotesis kelima diketahui bahwa variabel kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Artinya

hipotesis berbunyi semakin baik kepuasan maka semakin meningkat minat beli ulang pada Katering Pondok Harmony di Kabupaten Sanggau.

- f. Hasil pengujian hipotesis keenam diketahui bahwa variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan. Artinya hipotesis yang berbunyi produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pada Katering Pondok Harmony di Kabupaten Sanggau.
- g. Hasil pengujian hipotesis ketujuh diketahui bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan. Artinya hipotesis yang berbunyi harga berpengaruh positif terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pada Katering Pondok Harmony di Kabupaten Sanggau.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Fachri, H., Farhan, M., & Sumiyati. (2023). Relationship Among Store Atmosphere, Products, Prices and Repurchase Intentions: The Intervening Role of Customer Satisfaction. *Journal of Advanced Research in Economics and Administrative*, 4(2), 26-41.
- Hair Jr., J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Switzerland: Springer.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Marcella, K., & Widagdo, H. (2024). Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Manggang Grilled Beef Bowl Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 13(2), 327-337.
- Priansa, D. J. (2021). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Siregar, S. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana. Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tajudinnur, M., Fazriansyah, Ferdian, R., Iskandar, & Ilham. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pemasaran Digital terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Sebatik*, 26(2), 673-687.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.