

## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Karakteristik Responden

Responden pada survey ini yaitu konsumen Tepek Ikan Tepian Jambi yang pernah membeli produk Tepek Ikan Tepian Jambi minimal 1x. Total responden yang akan dijadikan sample dalam penelitian ini yaitu 60 responden. Distribusi frekuensi berdasarkan banyak atribut responden ditunjukkan di bawah ini.

##### 5.1.1 Jenis Kelamin

Responden yang ada di dalam penelitian ini yaitu berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Adapun keragaman responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 5.1 di bawah ini :

**Tabel 5. 1 Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin Responden	Jumlah	Persentasi (%)
Laki-Laki	19	32%
Perempuan	41	68%
Total	60	100%

*Sumber : Data Primer diolah, 2025*

Hasil dari data tabel 5.1 diatas dapat disimpulkan bahwa responden kelamin perempuan lebih dominan dibandingkan dengan responden laki-laki. Reponden berjenis kelamin laki-laki dengan total 19 orang dengan persentase sebanyak 32% dan responden berjenis kelamin perempuan dengan total 41 orang dengan persentase sebanyak 68%.

##### 5.1.2 Usia Responden

Responden yang ada di dalam penelitian ini dikategorikan menjadi 3 rentang usia pada konsumen Tepek Ikan Tepian Jambi. Adapun keragaman responden berdasarkan umur responden dapat ditunjukkan pada tabel 5.2 di bawah ini :

**Tabel 5. 2 Berdasarkan Usia**

<b>Usia Responden</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
17 – 25 Tahun	52	87%
26 – 34 Tahun	5	8%
35 – 43 Tahun	3	5%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Primer diolah, 2025*

Dilihat dari tabel 5.2 responden pada penelitian ini di dominasi oleh kelompok umur 17-25 tahun dengan persentase 87%. Melihat dari data jenis kelamin dapat disimpulkan bahwa responden kebanyakan merupakan remaja perempuan.

### **5.1.3 Pekerjaan**

Responden yang ada di dalam penelitian ini berasal dari berbagai jenis pekerjaan. Adapun keragaman responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat ditunjukkan pada tabel 5.3 di bawah ini :

**Tabel 5. 3 Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Mahasiswa/Pelajar	46	77%
Pegawai Negeri	1	2%
Pegawai Swasta	8	13%
Wiraswasta	3	5%
Tidak Bekerja	2	3%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Primer diolah, 2025*

## 5.2 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dapat digunakan apabila ingin mendeskripsikan data sampel (Sugiyono, 2019). Statistik deskriptif ini bertujuan untuk menganalisis data berdasarkan pada hasil yang diperoleh dari jawaban-jawaban responden terhadap masing-masing indikator pengukuran variabel. Untuk mengetahui kondisi dan tingkat kesesuaian pada masing-masing variabel. Berikut ini merupakan pengkategorian untuk mengetahui bagaimana kondisi dan tingkat kesesuaian pada masing-masing variabel tersebut dimana jumlah keseluruhan responden adalah 60 orang dengan skala pengukuran tertinggi adalah 4 sedangkan nilai skala pengukuran terendah adalah 1.

### 5.2.1 Subjective Self Assessment

#### 1. Kualitas Produk (X1)

Untuk mengetahui seberapa besar jumlah responden yang membeli produk Tepek Ikan Tepian Jambi berdasarkan indikator dari kualitas produk dapat dilihat pada tabel 5.4 sebagai berikut :

**Tabel 5. 4 Tanggapan Responden Terkait Kualitas Produk**

No	Pernyataan		Skor				Total Skor	Keterangan
			STS	TS	S	SS		
			1	2	3	4		
1	Tampilan kemasan dari Tepek Ikan Tepian Jambi menarik	Jumlah	0	0	33	27	60	Sangat Positif
		%	0	0	55	45	100	
		Rata-rata						
2	Tepek Ikan Tepian Jambi mampu mempertahankan rasa yang konsisten	Jumlah	0	0	31	29	60	Sangat Positif
		%	0	0	51,7	48,3	100	
		Rata-rata						
3	Tepek Ikan Tepian Jambi menggunakan bahan-bahan yang berkualitas	Jumlah	0	0	26	34	60	Sangat Positif
		%	0	0	43,3	56,7	100	
		Rata-rata						

4	Tepek Ikan Tepian Jambi memiliki daya tahan yang lama jika disimpan dengan baik	Jumlah	0	0	30	30	60	Sangat Positif
		%	0	0	50	50	100	
		Rata-rata						
5	Kemasan produk mampu melindungi isi Tepek Ikan Tepian Jambi	Jumlah	0	1	29	30	60	Sangat Positif
		%	0	1.7	48,3	50	100	
		Rata-rata						
Rata-rata							3,48	Sangat Positif

Sumber : Hasil Olah Data Kuesioner, 2025

Dari 60 responden yang mengisi kuesioner pada tabel 5.4 menunjukkan bahwa dari seluruh indikator variabel kualitas produk memperoleh rata-rata sebesar 3,48 dalam hal ini nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel kualitas produk termasuk dalam kriteria skor pada rentang skala 3,27 - 4 dengan kategori sangat positif dari 5 indikator tersebut nilai rata-rata tertinggi diperoleh oleh indikator “Tepek Ikan Tepian Jambi menggunakan bahan-bahan yang berkualitas” dengan nilai rata-rata 3,56 kemudian nilai rata-rata paling rendah dari jawaban responden yakni pada pernyataan “Tampilan kemasan dari Tepek Ikan Tepian Jambi menarik” dengan memperoleh rata-rata sebesar 3,38. Berdasarkan hasil data pada tabel 5.4 variabel kualitas produk memperoleh kategori dengan nilai rata-rata sangat positif yang dimana jika dilihat dari prasurvei awal peneliti melihat bahwa produk Tepek Ikan Tepian Jambi yang ditawarkan kepada konsumen mulai dari tampilan, rasa dan kemasan memiliki kualitas yang sangat baik sehingga rentang skor yang diperoleh dari variabel kualitas produk dalam kategori sangat positif.

## 2. Harga (X2)

Untuk mengetahui seberapa besar jumlah responden yang membeli produk Tepek Ikan Tepian Jambi berdasarkan indikator dari harga dapat dilihat pada tabel 5.5 sebagai berikut :

**Tabel 5. 5 Tanggapan Responden Terkait Harga**

No	Pernyataan		Skor				Total Skor	Keterangan
			STS	TS	S	SS		
			1	2	3	4		
1	Harga Tepek Ikan Tepian Jambi terjangkau	Jumlah	0	0	37	23	60	Sangat Positif
		%	0	0	61,7	38,3	100	
		Rata-rata						
2	Harga Tepek Ikan Tepian Jambi bersaing dengan produk sejenis di pasar	Jumlah	0	1	38	21	60	Sangat Positif
		%	0	1,7	63,3	35	100	
		Rata-rata						
3	Tampilan dan ukuran Tepek Ikan Tepian Jambi sesuai dengan harga yang ditawarkan	Jumlah	0	1	31	28	60	Sangat Positif
		%	0	1,7	51,7	46,7	100	
		Rata-rata						
4	Harga Tepek Ikan Tepian Jambi sesuai dengan kualitas rasa dan bahan bakunya	Jumlah	0	0	30	30	60	Sangat Positif
		%	0	0	50	50	100	
		Rata-rata						
5	Tepek Ikan Tepian Jambi memberikan manfaat yang sesuai dengan harga yang ditetapkan	Jumlah	0	1	34	25	60	Sangat Positif
		%	0	1,7	56,7	41,7	100	
		Rata-rata						
Rata-rata							3,4	Sangat Positif

Sumber : Hasil Olah Data Kuesioner, 2025

Dari 60 responden yang mengisi kuesioner pada tabel 5.5 menunjukkan bahwa dari seluruh indikator variabel harga memperoleh rata-rata sebesar 3,4 dalam hal ini nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel harga termasuk dalam kriteria skor pada rentang skala 3,27 - 4 dengan kategori sangat positif dari lima indikator tersebut nilai rata-rata tertinggi diperoleh oleh indikator “Harga Tepek Ikan Tepian Jambi sesuai dengan kualitas rasa dan bahan bakunya” dengan skor 3,5 kemudian nilai rata-rata paling rendah dari jawaban responden yakni pada pertanyaan “Harga

Tepek Ikan Tepian Jambi bersaing dengan produk sejenis di pasar” dengan memperoleh total skor sebesar 3,33. Jika dilihat dari prasurvei awal penelitian untuk kategori harga, para konsumen yang membeli produk Tepek Ikan Tepian Jambi adalah yang sudah tau dengan makanan khas Jambi ini dan suka dengan rasa Tepek Ikan yang khas karena dari itu pada penelitian ini variabel harga mendapat penilaian sangat positif.

### 3. Minat Beli Ulang (Y)

Untuk mengetahui seberapa besar jumlah responden yang membeli produk Tepek Ikan Tepian Jambi berdasarkan indikator dari Minat Beli Ulang dapat dilihat pada tabel 5.6 sebagai berikut :

**Tabel 5. 6 Tanggapan Responden Terkait Minat Beli Ulang**

No	Pernyataan		Skor				Total Skor	Keterangan
			STS 1	TS 2	S 3	SS 4		
1	Saya akan merekomendasikan Tepek Ikan Tepian Jambi kepada teman, kerabat, saudara dan keluarga	Jumlah	0	0	32	28	60	Sangat Positif
		%	0	0	53,3	46,7	100	
		Rata-rata				<b>3,46</b>		
2	Saya lebih memilih Tepek Ikan Tepian Jambi dibandingkan dengan produk sejenis yang ada di pasar	Jumlah	0	4	36	20	60	Positif
		%	0	6,7	60	33,3	100	
		Rata-rata				<b>3,26</b>		
3	Saya ingin mencoba variasi produk dari Tepek Ikan Tepian Jambi di masa depan	Jumlah	0	0	29	31	60	Sangat Positif
		%	0	0	48,3	51,7	100	
		Rata-rata				<b>3,51</b>		
Rata-rata						3,41	Sangat Positif	

Sumber : Hasil Olah Data Kuesioner, 2025

Dari 60 responden yang mengisi kuesioner pada tabel 5.6 menunjukkan bahwa dari seluruh indikator variabel Minat Beli Ulang memperoleh rata-rata sebesar 3,41 dalam hal ini nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel Minat Beli Ulang termasuk dalam kriteria pada rentang skala 3,27 - 4 dengan kategori penilaian sangat positif dari lima 3 indikator tersebut nilai rata-rata tertinggi di peroleh oleh indikator “Saya ingin mencoba variasi produk dari Tepek Ikan Tepian Jambi di masa depan” dengan nilai skor 3,51 kemudian rata-rata paling rendah dari jawaban responden yakni pada pernyataan “Saya lebih memilih Tepek Ikan Tepian Jambi dibandingkan dengan produk sejenis yang ada di pasar” dengan memperoleh rata-rata sebesar 3,26. Dari hasil prasurvei yang dilakukan peneliti, seseorang yang membeli produk Tepek Ikan Tepian Jambi tertarik mencoba dan penasaran dengan rasa dari produk yang Tepian Jambi tawarkan.

#### 4. Kepuasan Pelanggan (Z)

Untuk mengetahui seberapa besar jumlah responden yang membeli produk Tepek Ikan Tepian Jambi berdasarkan indikator dari Kepuasan Pelanggan dapat dilihat pada tabel 5.7 sebagai berikut :

**Tabel 5. 7 Tanggapan Responden Terkait Kepuasan Pelanggan**

No	Pernyataan		Skor				Total Skor	Keterangan
			STS	TS	S	SS		
			1	2	3	4		
1	Tekstur Tepek Ikan tepian Jambi sesuai dengan selera saya	Jumlah	0	5	34	21	60	Sangat Positif
		%	0	8,3	56,7	35	100	
		Rata-rata						
2	Kualitas rasa Tepek Ikan Tepian Jambi selalu konsisten setiap kali saya membeli	Jumlah	0	1	34	25	60	Sangat Positif
		%	0	1,7	56,7	41,7	100	
		Rata-rata						
3	Proses pemesanan Tepek Ikan Tepian Jambi sangat mudah	Jumlah	0	1	23	36	60	Sangat Positif
		%	0	1,7	38,3	60	100	
		Rata-rata						
4		Jumlah	0	0	25	35	60	Sangat Positif
		%	0	0	41,7	58,3	100	

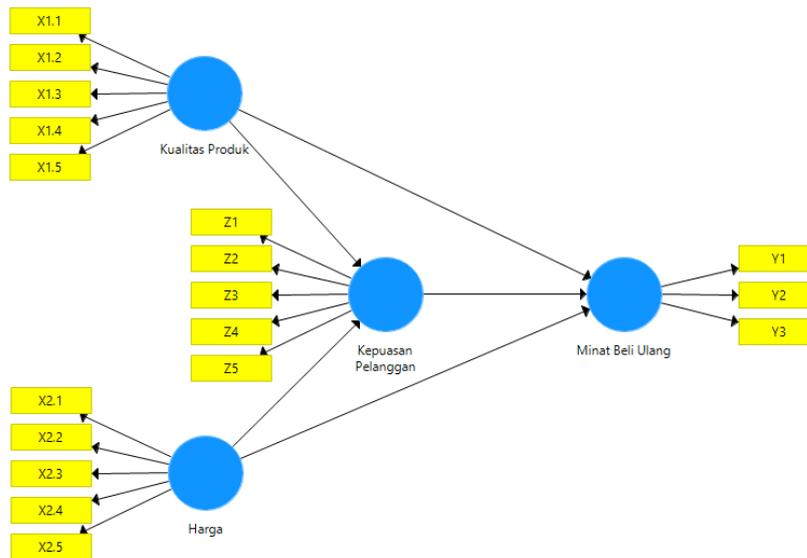
	Penjual cepat dalam merepon pesanan saya	Rata-rata					<b>3,58</b>	
5	Harga Tepek Ikan Tepian Jambi yang sesuai dengan kualitas produk mampu memuaskan pelanggan	Jumlah	0	1	29	31	60	Sangat Positif
		%	0	1,7	48,3	51,7	100	
		Rata-rata					<b>3,51</b>	
	Rata-rata					3,46	Sangat Positif	

Sumber : Hasil Olah Data Kuesioner, 2025

Dari 60 responden yang mengisi kuesioner pada tabel 5.7 menunjukkan bahwa dari seluruh indikator variabel Kepuasan Pelanggan memperoleh rata-rata sebesar 3,46 dalam hal ini nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan termasuk dalam kriteria skor pada rentang 3,27 - 4 dengan kategori penilaian sangat positif. Dari lima indikator tersebut nilai rata-rata tertinggi diperoleh oleh indikator “Proses pemesanan Tepek Ikan Tepian Jambi sangat mudah’ dan “Penjual cepat dalam merepon pesanan saya” dengan nilai skor 3,58 kemudian nilai rata-rata paling rendah dari jawaban responden yakni pada pernyataan “Tekstur Tepek Ikan tepian Jambi sesuai dengan selera saya” dengan memperoleh total skor sebesar 3,26. Pada variabel Kepuasan Pelanggan skor terendah terdapat pernyataan tentang selera yang dimana dari hasil suvei tentunya tidak semua konsumen menyukai tekstur Tepek Ikan Tepian Jambi terutama untuk mereka yang baru pertama kali mencoba makanan Tepek Ikan.

### 5.3 Pengujian Data dan Model Penelitian

Bentuk diagram jalur perancangan outer model dan inner model yang digambarkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Sumber : Pengolahan Data Menggunakan PLS (2025)

**Gambar 5. 1 Outer Model dan Inner Model**

Evaluasi model PLS dilakukan dengan mengevaluasi outer model dan inner model. Outer model merupakan pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model, sedangkan inner model merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Adapun kriteria dalam pengukuran Teknik Analisa data SmartPLS3 dalam menilai outer model yakni dengan melihat validitas konvergen, validitas diskriminan, composite reliability dan cronbach's alpha. Sedangkan untuk inner model melalui proses bootstrapping, parameter uji T-statistic diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas (Ghozali, 2015)

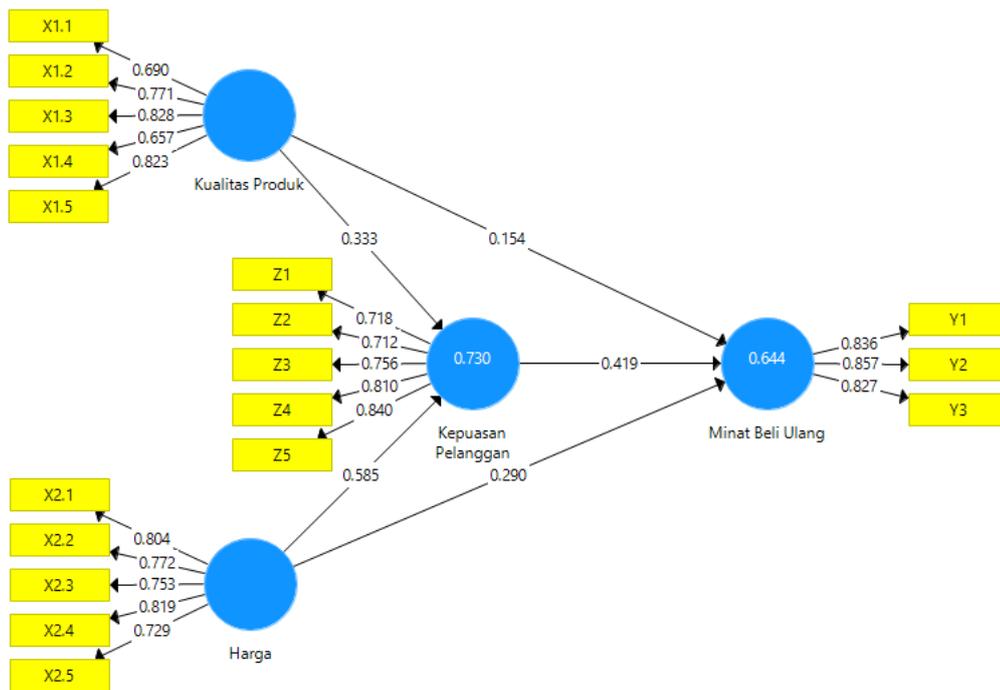
### 5.3.1 Menilai Outer Model atau Measurement Model (Model Pengukuran)

Adapun kriteria dalam pengukuran teknik Analisa data dengan SmartPLS3 dalam menilai outer model yakni dengan melihat validitas konvergen, validitas diskriminan, composite reliability dan cronbach's alpha

#### a. Convergent Validity

Uji validitas konvergen dalam SmartPLS 3.0 dapat dilihat dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan loading factor indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut (Ghozali, 2015). Nilai dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur dan biasanya penelitiannya bersifat

confirmatory. Akan tetapi menurut Chin (1998) nilai loading factor antara 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup memadai untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran (Ghozali, 2015). Pada penelitian ini akan digunakan batas loading factor sebesar 0,60.



Sumber : Pengolahan data menggunakan PLS (2025)

**Gambar 5. 2 Outer Model**

Berikut ini merupakan tabel outer loading hasil kalkulasi algoritma untuk outer model :

**Tabel 5. 8 Outer Loading**

	Kualitas Produk (X1)	Harga (X2)	Minat Beli Ulang (Y)	Kepuasan Pelanggan (Z)
X1.1	0.690			
X1.2	0.771			
X1.3	0.828			
X1.4	0.657			
X1.5	0.823			
X2.1		0.804		

X2.2		0.772		
X2.3		0.753		
X2.4		0.819		
X2.5		0.729		
Y1			0.836	
Y2			0.857	
Y3			0.827	
Z1				0.718
Z2				0.712
Z3				0.756
Z4				0.810
Z5				0.840

Sumber : Pengolahan Data Menggunakan PLS (2025)

Pada gambar 5.2 dan tabel 5.8 dapat dilihat hasil pengolahan data dengan menggunakan SmartPLS bahwa hasil perhitungan model dianggap telah reliable, karena seluruh loading factor berada diatas 0,60.

#### b. Discriminant Validity

Pengujian validitas discriminant dapat dinilai dari hasil nilai cross loading tiap indikator pertama terhadap variabel. Pada penelitian ini nilai acuan yang digunakan adalah diatas 0.6. dapat dilihat pada tabel 5.8 semua nilai cross loading tiap indikator diatas 0.6. selain itu uji validitas discriminant dapat dilihat dari nilai-nilai cross loading suatu konstruk lebih besar dari nilai cross loading konstruk tersebut terhadap konstruk lain.

**Tabel 5. 9 Cross Loading**

	Kualitas Produk (X1)	Harga (X2)	Minat Beli Ulang (Y)	Kepuasan Pelanggan (Z)
X1.1	0.690	0.434	0.345	0.448
X1.2	0.771	0.610	0.612	0.636
X1.3	0.828	0.592	0.559	0.537
X1.4	0.657	0.498	0.504	0.574
X1.5	0.823	0.524	0.479	0.603
X2.1	0.608	0.804	0.587	0.680
X2.2	0.477	0.772	0.581	0.680
X2.3	0.419	0.753	0.563	0.596
X2.4	0.706	0.819	0.680	0.771
X2.5	0.511	0.729	0.445	0.557

Y1	0.508	0.623	0.836	0.656
Y2	0.624	0.687	0.857	0.657
Y3	0.566	0.561	0.827	0.637
Z1	0.584	0.588	0.655	0.718
Z2	0.677	0.667	0.661	0.712
Z3	0.441	0.545	0.478	0.756
Z4	0.542	0.646	0.508	0.810
Z5	0.589	0.683	0.625	0.840

Sumber : Pengolahan Data Menggunakan PLS (2025)

Berdasarkan data yang tunjukkan pada tabel 5.9 dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator yang ada pada penelitian ini telah memiliki validitas diskriminan (Discriminant Validity) yang baik dalam menyusun setiap variabelnya. Hal ini turut dibuktikan dengan nilai cross loading tiap-tiap indikator pada variabel yang dibentuk lebih besar jika dibandingkan dengan nilai cross loading pada variabel lainnya.

#### c. Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Dalam mengukur konsistensi internal alat ukur pada PLS dilakukan dengan menggunakan uji reabilitas, dimana uji reabilitas dalam PLS dapat dilakukan dengan dua metode yakni cronbach's alpha dan composite reliability (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Pada pengujian reliabilitas menunjukkan ketepatan, konsisten suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran, dimana reliabilitas akan mengacu pada instrument yang dianggap dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang dapat dipercaya atau reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya pula (Hartono, 2019). (Ghozali, 2015) lebih menyarankan dalam menguji reliabilitas suatu konstruk dengan menggunakan composite reliability hal ini dilakukan karena penggunaan cronbach's alpha untuk menguji reliabilitas konstruk akan memberikan nilai yang lebih rendah atau under estimate. Menurut Hair et.al, (2015) nilai composite reliability harus lebih besar dari 0.70 dan dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi. Berikut disajikan nilai composite reliability untuk masing-masing variabel :

**Tabel 5. 10 Composite Reliability**

Variabel	Composite Reliability
Kualitas Produk (X1)	0.869
Harga (X2)	0.883
Minat Beli Ulang (Y)	0.878
Kepuasan Pelanggan (Z)	0.878

*Sumber : Pengolahan Data Menggunakan PLS (2025)*

Berdasarkan tabel 5.10 dapat disimpulkan bahwa konstruk telah memenuhi kriteria reliabel, hal ini dibuktikan dengan nilai composite reliability lebih dari 0.70. Berikut disajikan nilai cronbach's alpha untuk masing-masing variabel.

**Tabel 5. 11 Cronbach's Alpha**

Variabel	Cronbach's Alpha
Kualitas Produk (X1)	0.812
Harga (X2)	0.835
Minat Beli Ulang (Y)	0.792
Kepuasan Pelanggan (Z)	0.826

*Sumber : Pengolahan Data Menggunakan PLS (2025)*

Berdasarkan tabel 5.11 dapat disimpulkan bahwa semua konstruk telah memenuhi kriteria reliabel, hal ini dibuktikan dengan nilai cronbach's alpha lebih dari 0.70.

### **5.3.2 Evaluasi Inner Model (Model Struktural)**

Pengujian dan pengevaluasian inner model dilakukan untuk hipotesis atas pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dengan melakukan perbandingan antara hasil nilai p value dari koefisien jalur (path coefficient) dengan taraf signifikan  $\alpha = 0.05$ . pengujian dapat dilakukan sangat signifikan apabila p value lebih kecil atau sama dengan 0.50 ( $p \text{ value} \leq 0.50$ ) atau menggunakan nilai t value yaitu 1.96.

Pengujian model structural dalam analisis SEM-PLS menggunakan SmartPLS 3 yaitu koefisien determinan ( $R^2$ ) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variansi variabel terkait. Koefisien

determinan adalah ukuran memapuan gabungan variabel laten eksogen memprediksi konstruk variabel endogen, artinya koefisien mewakili jumlah varian dalam konstruksi endogen yang dijelaskan oleh semua konstruksi eksogen yang terkait dengannya. Nilai ( $R^2$ ) berkisaran dari 0 hingga 1, dengan level yang lebih tinggi menunjukkan level akurasi prediksi yang lebih tinggi seperti halnya tegresi berganda, koefisien determinan yang telah disesuaikan (Adjusted  $R^2$ ) digunakan sebagai kriteria untuk menghindari bias terhadap model yang kompleks. Kriteria untuk dimodifikasi sesuai dengan jumlah konstruksi variabel eksogen.

### 1. R Square dan Adjusted R-Square

Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat R-Square untuk setiap variabel laten dependen. Berikut merupakan tabel hasil estimasi R-Square dengan menggunakan SmartPLS 3

**Tabel 5. 12 Nilai R-Square**

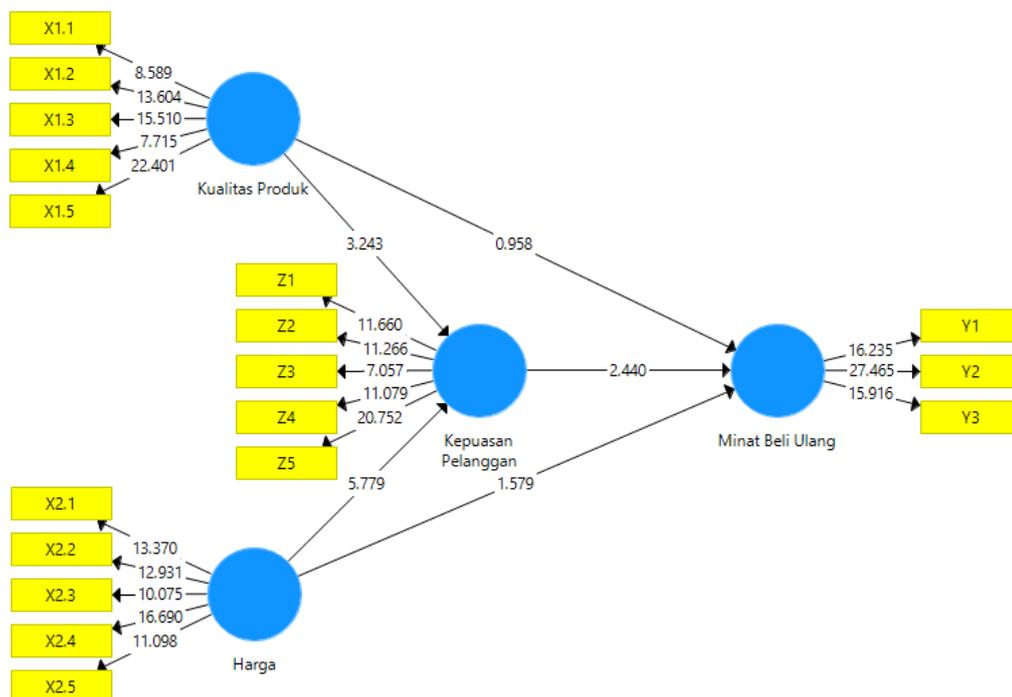
Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Minat Beli Ulang (Y)	0.644	0.625
Kepuasan Pelanggan (Z)	0.730	0.721

Sumber : Pengolahan Data Menggunakan PLS (2025)

Berdasarkan tabel 5.12 diatas dapat dilihat bahwan nilai R-Square variabel minat beli ulang sebesar 0.644 dengan nilai adjusted R-Square 0.625. nilai R-Square dari variabel minat beli ulang yaitu 0.644 atau sebesar 64,4%. nilai tersebut menunjukkan bahwa variasi perubahan variabel endogen dapat dijelaskan oleh variabel dapat dijelaskan oleh variabel minat beli ulang adalah sebesar 64,4% dan sisanya 35,6% dijelaskan dalam variabel lain diluar model yang diajukan.

## 5.4 Pengujian Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis ini akan menganalisis apakah antara variabel independent terhadap variabel dependen terdapat pengaruh yang signifikan. Pegujian hipotesis dilakukan dengan melihat path coefficient yang menunjukkan koefisien parameter dan nilai signifikan yang digunakan t-value 1.96 atau p-value  $< 0.05$ .



Sumber : Data Diolah SmartPLS 3 (2025)

**Gambar 5. 3 Inner Model**

Dalam pengujian hipotesis tingkat signifikansi ditunjukkan oleh nilai path coefficient atau inner model (Abdillah & Jogiyanti, 2015). Pada gambar 5.3 dapat dijelaskan bahwa nilai path coefficient terbesar ditunjukkan dengan pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 5.779 sedangkan nilai path coefficient terkecil ditunjukkan dengan pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang sebesar 0,958.

Berikut disajikan tabel 5.13 yang memberikan hasil output pengujian model structural :

**Tabel 5. 13 Dirrect Effect**

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (/O/STDEV/)	P Value
Kualitas Produk -> Kepuasan Pelanggan	0.333	0.359	0.103	3.243	0.002
Harga -> Kepuasan Pelanggan	0.585	0.567	0.101	5.779	0.000
Kepuasan Pelanggan -> Minat Beli Ulang	0.419	0.347	0.172	2.440	0.018
Kualitas Produk -> Minat Beli Ulang	0.154	0.429	0.161	0.958	0.342
Harga -> Minat Beli Ulang	0.290	0.347	0.184	1.579	0.119

Sumber : Pengolahan Data Menggunakan SmartPLS 3 (2025)

Dari tabel 5.13 diperoleh hasil pengujian dengan metode bootstrapping menggunakan PLS dan didapatkan hasil hipotesis yakni :

#### **5.4.1 Uji Hipotesis I Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan**

Dari hasil uji hipotesis diketahui nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar 0.333 dan nilai T-Statistik  $3.243 > 1,96$  dengan tingkat signifikan ( $p\text{-value}$ ) =  $0.002 < 0.05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis I dapat diterima karena nilai T-Statistik lebih besar dari 1,96 dan nilai P-Value kurang dari 0.05.

#### **5.4.2 Uji Hipotesis II Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan**

Dari hasil uji hipotesis diketahui nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar 0.585 dan nilai T-Statistik  $5.779 > 1,96$  dengan tingkat signifikan (p-value)  $= 0.000 < 0.05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis II dapat diterima karena nilai T-Statistik lebih besar dari 1,96 dan nilai P-Value kurang dari 0.05.

#### **5.4.3 Uji Hipotesis III Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang**

Dari hasil uji hipotesis diketahui nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar 0.419 dan nilai T-Statistik  $2.440 > 1,96$  dengan tingkat signifikan (p-value)  $= 0.018 < 0.05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis III dapat diterima karena nilai T-Statistik lebih besar dari 1,96 dan nilai P-Value kurang dari 0.05.

#### **5.4.4 Uji Hipotesis IV Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang**

Dari hasil uji hipotesis diketahui nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar 0.154 dan nilai T-Statistik  $0.958 < 1,96$  dengan tingkat signifikan (p-value)  $= 0.342 > 0.05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis IV ditolak karena nilai T-Statistik lebih kecil dari 1,96 dan nilai P-Value lebih dari 0.05.

#### **5.4.5 Uji Hipotesis V Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang**

Dari hasil uji hipotesis diketahui nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar 0.290 dan nilai T-Statistik  $1.579 < 1,96$  dengan tingkat signifikan (p-value)  $= 0.342 > 0.05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis V ditolak karena nilai T-Statistik lebih kecil dari 1,96 dan nilai P-Value lebih dari 0.05.

#### 5.4.6 Uji Hipotesis VI Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan

**Tabel 5. 14 Indirrect Effect**

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistik (/O/STDEV/)	P Value
Kualitas Produk -> Kepuasan Pelanggan -> Minat Beli Ulang	0.140	0.160	0.081	1.718	0.091
Harga -> Kepuasan Pelanggan -> Minat Beli Ulang	0.245	0.241	0.106	2.318	0.024

*Sumber : Pengolahan Data Menggunakan SmartPLS 3 (2025)*

Dari hasil uji hipotesis diketahui nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar 0.140 dan nilai T-Statistik  $1.718 < 1,96$  dengan tingkat signifikan (p-value)  $= 0.091 > 0.05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli ulang yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis VI ditolak karena nilai T-Statistik lebih kecil dari 1,96 dan nilai P-Value lebih dari 0.05.

#### 5.4.7 Uji Hipotesis VII Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Ulang yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan

Dari hasil uji hipotesis diketahui nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar 0.245 dan nilai T-Statistik  $2.318 < 1,96$  dengan tingkat signifikan (p-value)  $= 0.024 > 0.05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung antara harga terhadap minat beli ulang yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan adalah positif dan signifikan. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis VII dapat diterima karena nilai T-Statistik lebih besar dari 1,96 dan nilai P-Value kurang dari 0.05.

## **5.5 Pembahasan**

### **5.5.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Z). hal ini dapat dijelaskan bahwa hasil penelitian yang telah dilakukan semakin baik kualitas produk yang diberikan Tepek Ikan Tepian Jambi maka akan berpengaruh semakin baik pula terhadap kepuasan pelanggan konsumen Tepek Ikan Tepian Jambi. Semakin sesuai kualitas produk yang diberikan Tepek Ikan Tepian Jambi maka akan menimbulkan rasa puas pada konsumen Tepek Ikan Tepian Jambi.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Ananda Aulia & Herawati, 2023), (Nyarmiati, 2021) dan (Tiara Ghassani & Sri Suryoko, 2017) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau semakin baik kualitas produk yang diberikan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang membeli produk Tepek Ikan Tepian Jambi. Kualitas produk yang baik mulai dari bahan-bahan yang digunakan hingga kemasan produk akan memberikan kepuasan yang lebih besar bagi konsumen. Hal ini karena konsumen akan memilih dan menilai produk dari kualitas yang ditawarkan, semakin bagus kualitas produk yang ditawarkan kemungkinan konsumen akan merasa puas juga akan semakin tinggi. Kemudian kualitas produk dalam aspek persaingan dapat membantu usaha untuk bersaing dengan produk lain yang serupa. Hal ini karena perusahaan dapat menawarkan produk yang lebih unggul dalam segi kualitas produk kepada konsumen.

### **5.5.2 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Z). Hal ini dapat dijelaskan bahwa hasil penelitian variabel harga merupakan suatu penilaian akan harga suatu produk yang diterima setelah melakukan pembelian. Dapat dikatakan bahwa terdapat keseimbangan antara kepuasan pelanggan dengan harga yang ditawarkan oleh suatu produk. Hal ini berarti konsumen akan memilih produk

dengan harga yang relative lebih rendah atau lebih kompetitif. Dalam penelitian ini pelanggan Tepek Ikan Tepian Jambi menilai bahwa Tepek Ikan Tepian Jambi memiliki harga yang terjangkau dan berada pada harga yang bersaing sesuai dengan indikator penilaian yang diberikan pada variabel harga.

Hasil penelitian ini didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Rachman Hadi et al., 2024) dan (Fatmalawati & Andriana, 2021) yang menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa dalam harga yang ditawarkan dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan produk Tepek Ikan Tepian Jambi. Tepek Ikan Tepian Jambi memberikan kualitas produk, rasa, hingga tampilan yang sesuai dengan harga yang ditawarkan sehingga pelanggan bisa merasakan manfaat yang baik dan merasa puas.

### **5.5.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan (Z) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang (Y). Hal ini dapat dijelaskan bahwa hasil penelitian yang dilakukan jika pelanggan sudah merasa puas terhadap produk yang ditawarkan maka akan muncul keinginan untuk membeli kembali. Jika suatu perusahaan dapat mempertahankan atau meningkatkan pelaksanaan pemenuhan aspek kepuasan pelanggan seperti kualitas produk, harga, dan kemanfaatan produk lainnya maka akan memberikan dampak yang baik berupa minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang dimasa mendatang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Faizah et al., 2023), (Teressa et al., 2024) dan (Noviani Aulia & Yulianti, 2024) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Apabila konsumen merasa puas dengan produk atau layanan yang diterima, maka konsumen akan cenderung kembali membeli produk tersebut. Pelanggan Tepek Ikan Tepian Jambi merasakan secara langsung kualitas produk dan layanan yang diberikan berdasarkan hasil penilaian yang diberikan

melalui kuesioner maka kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian ulang semakin besar.

#### **5.5.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang**

Hasil penelitian menunjukkan, kualitas produk (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang (Y) pada produk Tepek Ikan Tepian Jambi. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun konsumen menilai produk Tepek Ikan Tepian Jambi memiliki kualitas yang baik, hal tersebut belum cukup mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Juliano et al., (2025) dan Fatmalawati & Andriana, (2021) yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan dari kualitas produk dengan minat dari konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Dari hasil observasi terhadap beberapa konsumen Tepek Ikan Tepian Jambi yang menyatakan bahwa konsumen membeli produk Tepek Ikan Tepian Jambi karna penasaran dan hanya ingin mencoba. Hal ini juga disebabkan dengan data responden yang sebagian besar merupakan Gen Z yang cenderung suka mencoba hal baru, termasuk varian rasa atau merek lain. Artinya, meskipun kualitas Tepek Ikan dianggap baik dan pelanggan merasa puas, rasa penasaran mencoba produk lain lebih dominan. Konsumen menganggap kualitas sebagai sesuatu yang biasa dan tidak cukup menciptakan loyalitas, terutama jika terdapat produk pesaing lain yang dianggap lebih modern dan sesuai selera pasar saat ini.

#### **5.5.5 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Ulang**

Hasil penelitian menunjukkan, harga (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang (Y) pada produk Tepek Ikan Tepian Jambi. Hal ini mengindikasikan bahwa harga bukanlah faktor utama dalam mendorong konsumen untuk membeli kembali produk tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ningsih et al., (2021) yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Berdasarkan hasil observasi pada saat di lapangan, banyak konsumen Tepek Ikan Tepian Jambi membeli bukan semata karna kebutuhan fungsional tapi juga

karna alasan emosional, nostalgia, atau sebagai bentuk keinginan yang bersifat incidental. Hal ini juga disebabkan dari data responden yang sebagian besar merupakan Gen Z yang cenderung lebih dipengaruhi rasa penasaran terhadap tren dan produk baru. Para Gen Z tidak terlalu sensitive pada harga produk tradisional yang relative terjangkau sehingga menyebabkan pertimbangan harga tidak menjadi prioritas utama dalam menentukan keputusan pembelian ulang.

#### **5.5.6 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan**

Hasil penelitian menunjukkan, kualitas produk (X1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z) sebagai variabel mediasi. Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tiara Ghassani & Sri Suryoko, 2017) dan (Fatmalawati & Andriana, 2021) dimana pada hasil penelitian dinyatakan, kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Teresa et al., 2024) yang mengatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang dengan dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

Meskipun konsumen setuju bahwa kualitas produk Tepek Ikan Tepian Jambi mempunyai cita rasa yang sesuai dengan selera konsumen serta bahan-bahan yang digunakan berkualitas dan secara keseluruhan konsumen merasa puas, namun hal ini tidak serta merta membuat konsumen berniat melakukan pembelian ulang. Hal ini dikarenakan banyak produk makanan yang menawarkan kualitas produk yang serupa. Bisa jadi hal ini juga dikarenakan kebanyakan responden dalam penelitian ini adalah kaum muda yang suka bereksperimen mencoba produk-produk makanan yang unik dan baru. Umumnya responden pada penelitian ini juga merupakan seorang mahasiswa/pelajar yang lebih suka eksplor makanan dan lebih mementingkan aspek tren, rekomendasi digital, dan pengalaman dibanding sekedar kualitas produk.

### **5.5.7 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan**

Hasil dari penelitian menunjukkan harga (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z) sebagai variabel mediasi. Hal ini berarti bahwa kesesuaian harga dapat meningkatkan minat beli ulang. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian (Listyowati, 2024) yang mengatakan bahwa terhadap pengaruh kepuasan pelanggan memediasi pengaruh harga terhadap minat beli ulang. Semakin masuk akal harga yang ditawarkan kepada pelanggan, maka pelanggan semakin puas. Ini situasi dimana konsumen akan berani membayar harga yang tinggi jika produk atau jasa yang ditawarkan melebihi harapan pelanggan. Sebaliknya, jika pelanggan menilai kepuasannya terhadap produk atau jasa tersebut rendah, maka pelanggan tidak akan bersedia untuk membayar atau bahkan membeli produk atau jasa tersebut dengan harga yang tinggi (Setiawan W, 2019).

Menurut hasil penilaian pelanggan pada kuesioner penelitian yang dilakukan, pelanggan sudah merasa puas dengan harga yang ditawarkan Tepek Ikan Tepian Jambi. Harga yang diberikan sesuai dengan manfaat yang didapatkan pelanggan sehingga pelanggan tidak ragu untuk melakukan pembelian ulang. Selain itu, dengan harga yang terjangkau, pelanggan bisa menikmati kelezatan makanan khas tradisional khas Jambi yang proses pembuatannya tidak mudah dan jarang ditemui.