

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG YANG  
DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN MINUMAN BERKARBONASI  
MEREK SPRITE DI KOTA BANDUNG**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY ON REPURCHASE INTEREST  
WHICH IS MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION OF THE SPRITE  
BRAND CARBONATIVE BEVERAGES IN BANDUNG CITY***

**Yuda Prasetya<sup>1</sup>, Abdul Ahmad Hafidh Nurmansyah<sup>2</sup>**

Universitas Jenderal Achmad Yani<sup>1,2</sup>

yudaprasetya\_20p158@mn.unjani.ac.id<sup>1</sup>

abdulahmad@mn.unjani.ac.id<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*The aim of this research is to examine the influence of product quality on repurchase intention which is mediated by customer satisfaction with sprite brand carbonated drinks in the city of Bandung. The instrument in this research has been declared to have passed the validity test and reliability test. This instrument was used as a data collection tool from respondents aged 17 years and over who had consumed the Sprite brand carbonated drink, which was the object assessed in this study, as many as 119 people. The data collection technique used was convenience sampling which is included in non-probability sampling. The data analysis technique used is multiple linear regression using SPSS version 25 tools and using a Sobel test calculator. Of the four research hypotheses proposed, all are supported by empirical data. The findings of this research show that customer satisfaction can mediate the influence of product quality on repurchase intention. The results of this research are also useful for the management of the object being assessed and the similar food and beverage industry regarding designing strategies that are relevant to improving the quality of these attributes..*

**Keywords:** *Product quality, customer satisfaction, purchase interest repeat*

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah menguji pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan minuman berkarbonasi merek sprite di Kota Bandung. Instrumen dalam penelitian ini telah dinyatakan lulus uji validitas, uji reliabilitas. Instrumen tersebut digunakan sebagai alat pengumpulan data dari responden yang berusia 17 tahun ke atas serta pernah mengonsumsi minuman berkarbonasi merek sprite yang menjadi objek yang dinilai pada penelitian ini sebanyak 119 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan convenience sampling yang termasuk ke dalam non probability sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda menggunakan alat bantu SPSS versi 25 dan menggunakan kalkulator uji sobel. Dari empat hipotesis penelitian yang diusulkan, seluruhnya didukung data empiris. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang. Hasil penelitian ini juga bermanfaat bagi pihak manajemen objek yang dinilai dan industri makanan dan minuman yang sejenisnya terkait perancangan strategi yang relevan dengan peningkatan kualitas atribut tersebut.

**Kata Kunci:** Kualitas produk, Kepuasan pelanggan, Minat beli ulang

## PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk hidup memiliki kebutuhan dasar yang harus dipenuhi untuk bertahan hidup. Kebutuhan dasar manusia diantaranya air, makanan, keamanan dan cinta (Potter & Perry, 2005). Manusia yang sehat rata-rata membutuhkan air 2,5 liter/hari untuk melakukan proses metabolisme di dalam tubuh (Sudirman, 2008). Beberapa varian minuman yang favorit di kalangan masyarakat diantaranya susu, teh, kopi, dan minuman berkarbonasi. Antusias masyarakat terhadap minuman kemasan mendorong industri-industri makanan dan minuman berlomba untuk menciptakan produk-produk unggulan dengan variasi rasa yang beragam. Berdasarkan data laporan informasi industri tahun 2022 Kementrian Perindustrian mencatat industri makanan dan minuman naik sebesar 3,57% dari tahun 2021. ([www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id)). Pada penelitian ini penulis meneliti salah satu minuman berkarbonasi merek Sprite. Sprite adalah

minuman ringan berkarbonasi transparan rasa lemon dan jeruk nipis serta bebas kafein yang diproduksi oleh The Coca-Cola Company. Produk ini bermula dari varian Fanta bernama Fanta Klare Zitronen yang dibuat di Jerman, yang kemudian menjadi Sprite setelah diluncurkan secara resmi di Amerika Serikat pada tahun 1961 ([kompasiana.com](http://kompasiana.com)). Laba Coca-Cola mengalami penurunan 11% di 2020 dibandingkan tahun sebelumnya (year-on-year). Nilai ini merupakan yang terkecil selama 10 tahun terakhir. Selain itu penurunan kinerja perusahaan juga diikuti dengan penilaian indeks merek yang dirilis oleh top brand award. Berikut ini adalah tabel data permintaan minuman berkarbonasi di tahun 2021-2022 menurut top brand index :

**Tabel 1. 1 top brand index 2022**

Nama Brand	Tahun 2021	Tahun 2022	Rata-Rata Penaikan/Penurunan Nilai Index
Big Cola	8,40%	6,60%	- 1,8%
Coca-Cola	33,40%	37,30%	3,9%
Fanta	30,40%	31,90%	1,5%
Pepsi	7,40%	5,80%	-1,6%
Sprite	19,90%	17,60%	-2,3%

Sumber : (Top Brand Award, 2022) Minuman berkarbonasi

Berdasarkan tabel Top Brand Index tahun 2021-2022 di atas dapat diketahui bahwa terjadinya penurunan pada brand Big Cola, Pepsi, dan Sprite, tetapi pada brand sprite terjadi penurunan sebesar 2,3%. Parameter top brand index, ada 3 yaitu :

1. top of mind: kesadaran akan merek (merek pertama yang disebutkan oleh responden saat kategori produk diutarakan).
2. last usage: penggunaan terakhir (merek terakhir yang digunakan/dikonsumsi oleh responden dalam satu siklus pembelian ulang).
3. future intention: niat membeli kembali (keinginan responden untuk menggunakan atau mengonsumsi kembali di masa mendatang).

Pada parameter ke 3 > dengan variabel dependen. Fenomena tersebut mengidentifikasi bahwa minat beli ulang terhadap produk Sprite kurang dibandingkan dengan merek lainnya. ([www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com))

Z dipengaruhi oleh y dan x. X berpengaruh ke y. Y memediasi x ke z. Berdasarkan proposisi tersebut dan penjelasan variable-variabel penelitian sebelumnya yang relevan karena berada pada sektor industry food and beverage. Hal yang berbeda dari penelitian ini adalah penelitian tentang produk minuman berkarbonasi merek

Sprite sebagai objek penelitian dan Kota Bandung sebagai lokus penelitian. Dengan demikian judul penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Minuman Berkarbonasi Merek Sprite Di Kota Bandung.

## **METODE PENELITIAN**

Menurut Sugiyono (2019:2), metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode Penelitian berhubungan erat dengan procedure, teknik, alat serta desain penelitian yang digunakan. Desain penelitian harus cocok dengan pendekatan penelitian yang dipilih. Prosedur, teknik, serta alat yang digunakan dalam penelitian harus cocok pula dengan metode penelitian yang ditetapkan.

Penelitian ini didesain untuk tujuan menguji hipotesis sehingga langkah-langkah yang akan dilalui terdiri atas: mengoperasionalkan variabel, merancang instrumen penelitian dalam bentuk kuesioner, menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, mengumpulkan data dari responden dengan menggunakan instrumen penelitian yang telah valid dan reliabel, mengolah data, menganalisis data, dan melakukan pengujian hipotesis. Selanjutnya, langkah satu dan dua akan disampaikan pada laporan usulan penelitian sebagai materi untuk di seminarkan. Selanjutnya, langkah tiga sampai langkah tujuh akan dilaksanakan setelah laporan usulan penelitian dinyatakan dapat digunakan sebagai acuan untuk membuat tugas akhir. Setiap langkah dalam penelitian ini akan dijelaskan secara rinci pada setiap sub bagian metode penelitian.

### **Jenis Data**

Penelitian ini termasuk pada jenis penelitian kuantitatif karena mengkuantitatifkan data kualitatif menjadi sebuah data yang berupa angka. Data yang digunakan dalam penelitian ini termasuk pada data primer yang diperoleh dari hasil pengumpulan data di lapangan. Data primer merupakan data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2017). Sementara itu data penelitian ini berasal dari responden yang sesuai dengan karakteristik populasi. Data tersebut didapatkan dari kuesioner yang sudah diisi oleh individu yang telah sesuai dengan karakteristik sampel penelitian.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Data penelitian dirancangan akan dikumpulkan selama sepuluh hari serta responden melibatkan konsumen yang pernah mengonsumsi produk minuman berkarbonasi merek Sprite di Kota Bandung. Pengumpulan data akan dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner untuk memperoleh informasi yang telah disebarkan akan diuji validitas dan reliabilitas.

Menurut Sekaran & Bougie (2017) uji validitas adalah proses yang dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dapat benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan demikian, instrumen dapat dinyatakan valid apabila instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur (Sekaran & Bougie, 2017). Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa pengukuran validitas angket dapat dilakukan dengan menggunakan product moment dengan kinerja jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  maka butir pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka butir pernyataan tersebut tidak valid dengan degree of freedom (df),  $df = n - k$  dengan keterangan  $n =$  jumlah sampel

(minimum),  $k = 2$  yang mewakili skor item dan skor total dari suatu variabel. Jumlah sampel minimum yang digunakan yaitu 30, sedangkan jumlah yang diukur adalah skor item dan skor total item, maka  $df = 30 - 2 = 28$ . Oleh karena itu  $r$  tabel dalam penelitian ini adalah  $df = 28$ , dengan  $r$  tabel product moment adalah 0,3061 (Sugiyono, 2017).

Sementara itu, uji reliabilitas adalah proses pengujian yang dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data bersifat konsisten dan stabil dalam lintas waktu yang berbeda (Sekaran & Bougie, 2017). Dengan demikian, instrumen yang reliabel adalah yang dapat diukur beberapa kali dalam lintas waktu berbeda dan menghasilkan data yang konsisten (Sekaran & Bougie, 2017). Uji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan pengukuran koefisien Cronbach's Alpha. Menurut Sekaran & Bougie (2017) Cronbach's Alpha merupakan koefisien yang menunjukkan seberapa baik poin dalam suatu instrument berkorelasi secara positif antar saatu sama lain. Sementara itu, kriteria penilaian untuk mengetahui reliabilitas suatu instrumen adalah kurang dari 0,60 dinilai tidak baik, reliabilitas dalam kisaran 0,60 dapat diterima, dan reliabilitas lebih dari 0,80 dinilai baik (Sekaran & Bougie, 2017). Sedangkan alat bantu yang digunakan untuk mengukur validitas dan reliabilitas adalah statistic program of social science (SPSS) versi 25.

### **Metode Pengelolaan Data**

Menurut Sekaran & Bougie (2017) setelah data diperoleh melalui survei dengan menggunakan kuesioner, langkah selanjutnya dilakukan pengolahan data yang terdiri atas empat tahap yaitu pengkodean data, pemasukan

data, pengeditan data dan transformasi data :

1. Pengkodean data  
Tahap pertama yaitu proses data coding merupakan proses pengkodean dengan memberikan nomor informasi yang diberikan oleh responden dengan tujuan untuk memudahkan peneliti dalam memasukan data ke dalam komputer.
2. Pemasukan data  
Data yang telah diberi kode maka akan dimasukan ke dalam basis data. Pemasukan data merupakan proses memasukan hasil pengkodean data responden melalui program perangkat lunak.
3. Pengeditan data  
Setelah data dimasukan selanjutnya data diedit. Pengeditan data (data editing) yaitu dengan memeriksa, menemukan, dan menindaklanjuti data yang hilang, tidak logis, tidak konsisten, atau tidak sah atas informasi yang diberikan responden sehingga data tersebut menjadi lengkap dan layak untuk dianalisis.
4. Transformasi data  
Tahap terakhir dalam pengolahan data adalah transformasi data. Transformasi data disebut juga dengan variasi pengkodean data yang merupakan suatu proses mengubah data dari nilai kuantitatif menjadi nilai lain. Data biasanya ditransformasi untuk menjauhi masalah pada tahapan selanjutnya dari proses analisis data.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Uji Asumsi Klasik**

NO	JENIS UJI ASUMSI KLASIK	KRITERIA PENERIMAAN HASIL UJI	HASIL UJI	INTERPRETASI
1	Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)	(Sig) ≥ 0,05	(Sig) = 0,200	Data berdistribusi normal
			(Sig) = 0,200	
2	Uji Multikolinieritas	Tolerance value > 0,1, dan VIF < 10	Tolerance value = 1,000 dan VIF = 1,000	Tidak terdapat kolerasi antar variabel independen
			Tolerance value = 0,481 dan VIF = 2,079	
			Tolerance value = 0,481 dan VIF = 2,079	
3	Uji Heteroskedastisitas	(Sig) ≥ 0,05	(Sig) = 0,084	Tidak terdapat kesamaan variance dari residual model regresi atau tidak
			(Sig) = 0,873	
			(Sig) = 0,296	

1. Hasil Uji Normalitas

Pada pengujian normalitas yang dilakukan pada model regresi sederhana terkait pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, diperoleh nilai sebesar 0,200 yang lebih besar dengan 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data cenderung memiliki distribusi normal. Selanjutnya, pada pengujian normalitas pada model regresi berganda terkait pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang, ditemukan nilai sebesar

0,200 yang juga lebih besar atau sama dengan 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam konteks ini juga memiliki distribusi normal.

2. Hasil Uji Multikolinieritas

Hasil pengujian multikolinieritas pada model regresi menunjukkan bahwa tidak ada tanda-tanda masalah multikolinieritas dalam data atau model tersebut. Dengan kata lain, variabel-variabel independen dalam model regresi tidak menunjukkan korelasi yang signifikan satu sama lain.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa dalam model regresi berganda tersebut menunjukkan semua angka signifikan ≥ 0,05, yang artinya tidak ditemukan adanya tanda-tanda heteroskedastisitas, yang berarti bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki dampak signifikan terhadap nilai residual absolut.

**Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana**

MODEL	UNSTANDARDIZED COEFFICIENT		STANDARDIZED COEFFICIENT	T VALUE	SIG
	B	STD. ERROR	BETA		
(constant)	3,473	8,848		4,096	0,000
Kualitas	0,556	0,054	0,720	10,285	0,000
Produk					

a. Dependen Variabel: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diperoleh persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 3,473 + 0,556 X$$

Berdasarkan persamaan regresi sederhana awal, konstanta sebesar 3,473 mengindikasikan bahwa jika semua variabel bernilai nol, nilai kepuasan pelanggan akan mencapai 3,473 satuan. Selain itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, ditunjukkan oleh koefisien ( $\beta$ ) sebesar 0,556 Hal ini diperkuat oleh nilai t hitung yang mencapai 10,875 jauh melebihi nilai ttabel sebesar 1,66055. Oleh karena itu, Sprite sebagai perusahaan minuman berkarbonasi dalam mengoptimalkan strategi pemasarannya, dapat fokus pada peningkatan mutu di semua faktor yang membentuk kualitas produk, dengan harapan bahwa tindakan tersebut akan berdampak positif pada kepuasan pelanggan. Setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas produk dapat mendorong peningkatan sebesar 0,556 satuan pada kepuasan pelanggan.

**Hasil Analisis Regresi Berganda**

MODEL	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T Value	sig
	B	Std Error	Beta		
(Constant)	0,803	0,683		1,177	2,242
Kualitas Produk	0,214	0,058	0,276	3,694	0,000
Kepuasan pelanggan	0,643	0,075	0,639	8,556	0,000

Dependent variable : Minat Beli Ulang

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Z = 0,803 + 0,214 X + 0,643 Y$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda, konstanta sebesar 0,803 menunjukkan

bahwa jika semua variabel bernilai nol, nilai minat beli akan mencapai 0,803 satuan. Selain itu, analisis persamaan tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Diperoleh dari nilai t hitung yang diperoleh untuk kualitas produk adalah 3,694 sedangkan untuk kepuasan pelanggan adalah 8,558. Secara statistik, nilai t hitung dari variabel kualitas produk secara signifikan melebihi nilai t tabel yang ditetapkan yaitu 1,66071. Untuk meningkatkan minat beli, Sprite, sebagai produsen minuman berkarbonasi, sebaiknya fokus pada peningkatan kualitas seluruh indikator yang membentuk kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Peningkatan dalam aspek-aspek ini diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap minat beli. Secara khusus, setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas produk dapat berkontribusi pada peningkatan sebesar 0,214 satuan dalam minat beli ulang, sedangkan setiap peningkatan satu satuan dalam kepuasan pelanggan dapat meningkatkan minat beli ulang sebesar 0,643 satuan.

**Hasil Uji Sobel**

Hubungan Antar Variabel yang dihipotesiskan	<i>Electronic word of mouth (X) → Brand Image(Y) → Repurchase intention (Z)</i>
a	0,556
b	0,643
Sa	0,054
Sb	0,075
Hasil Uji Sobel (thitung)	6,58839226
Kriteria Penerimaan Hasil Uji Sobel	thitung > ttabel = 1,98472
P-value	0,000

<b>Interpretasi</b>	Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang
---------------------	---

Keterangan:

a = Koefisien regresi variabel independen terhadap variabel mediasi

b = Koefisien regresi variabel mediasi terhadap variabel dependen

Sab = Besar standar error pengaruh tidak langsung

Berdasarkan tabel 4.6 memperlihatkan hasil uji terkait peran mediasi kepuasan pelanggan dalam menghubungkan kualitas produk dengan minat beli ulang. Berdasarkan analisis sobel, diperoleh nilai statistik t hitung sebesar 6,58839226 yang melebihi nilai kritis t tabel sebesar 1.98472. Oleh karena itu, dapat disimpulkan kepuasan pelanggan berperan sebagai mediator dalam memfasilitasi pengaruh positif kualitas produk terhadap minat beli ulang.

**Hasil Uji Hipotesis**

Hipotesis	Hubungan Antar Variabel	T Hitung & Nilai Signifikansi	Interpretasi Hasil Uji Hipotesis	Hipotesis
H1	Kualitas produk → kepuasan pelanggan	t hitung 10,285 dan sig 0.000	H <sub>0</sub> berhasil ditolak	Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan
H2	Kualitas produk → minat beli ulang	t hitung 3,694 dan sig 0.000	H <sub>0</sub> berhasil ditolak	Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli ulang
H3	Kepuasan pelanggan → minat beli ulang	t hitung -8,556 dan sig 0.000	H <sub>0</sub> Berhasil ditolak	Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang

H4	Kepuasan pelanggan → minat beli ulang	t hitung - 6,58839226 dan sig 0,000	H <sub>0</sub> Berhasil ditolak	Kualitas pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang
----	---------------------------------------	-------------------------------------	---------------------------------	---

Keterangan:

1. Kriteria penolakan H<sub>0</sub> jika t hitung > t tabel dan nilai signifikansi < 0,05
2. ttabel regresi sederhana sebesar 1,66055
3. ttabel regresi berganda sebesar 1,66071
4. ttabel uji sobel sebesar 1,98472

**PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil pengujian Hipotesis pertama (H1) menunjukkan bahwa kualitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada produk minuman berkarbonasi merek Sprite di Kota Bandung, temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Febrianto et al., (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang hal ini juga diperkuat pada penelitian yang dilakukan oleh Maulana & Sukresna (2022). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas produk maka semakin baik pula kepuasan pelanggan pada produk minuman berkarbonasi merek Sprite di kota Bandung.

Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua (H2) menggambarkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada produk minuman berkarbonasi merek Sprite di Kota Bandung. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh penelitian yang dilakukan oleh Imran (2018) dan penelitian Wicaksono et al., (2019) yang

menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif terhadap minat beli ulang. Maka semakin baik kualitas produk, semakin baik juga minat beli ulang pada produk merek Sprite di Kota Bandung.

Adapun hasil uji hipotesis ketiga (H3) menggambarkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap minat beli ulang produk minuman berkarbonasi merek Sprite di Kota Bandung. Temuan inipun sejalan dengan penemuan sebelumnya yang dilakukan oleh Salsabila et al., (2022) yang menyatakan adanya pengaruh positif kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang. Hal lain juga disampaikan menurut Imran (2018) dan penelitian Wicaksono et al., (2019). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semakin baik kepuasan pelanggan maka akan semakin baik juga minat beli ulang produk berkarbonasi merek Sprite.

Berdasarkan hasil uji hipotesis keempat (H4) yang menunjukkan bahwa peran kualitas pelanggan dalam memediasi hubungan kualitas produk terhadap minat beli ulang yang menyatakan bahwa keberhasilannya menolak H0 hal ini menggambarkan bahwa kualitas pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang produk minuman berkarbonasi merek Sprite di Kota Bandung. Hal ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Mahemba & Rahayu (2019) dan juga penelitian yang dilakukan Febrianto et al., (2021) yang mengemukakan jika kepuasan pelanggan dapat memediasi antara kualitas produk terhadap minat beli ulang. Berdasarkan hal tersebut maka kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang. Semakin baik kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan kepuasan pelanggan, maka kepuasan pelanggan yang tinggi akan mendorong peningkatan minat beli

ulang produk minuman berkarbonasi merek Sprite di Kota Bandung.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan penjelasan yang telah disajikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.
4. Kepuasan pelanggan berperan dalam memediasi pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang.

### **Saran**

Mengacu berdasarkan hasil penelitian ini disampaikan beberapa saran yang termasuk pada implikasi ilmiah dan implikasi manajerial. Adapun implikasi ilmiah ditujukan bagi para peneliti di masa yang akan datang dan implikasi manajerial ditujukan untuk pihak pengelola minuman berkarbonasi Sprite di kota Bandung maupun kota lainnya.

### **Implikasi Ilmiah**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini telah lulus uji validitas baik berdasarkan pendekatan logis maupun pendekatan empiris sehingga diharapkan dapat meminimalkan potensi terjadinya cheating by number. Adapun keterbatasan pada penelitian ini dimana peneliti hanya berfokus pada konsumen



produk minuman berkarbonasi Sprite yang berada di Kota Bandung saja sehingga pada penelitian berikutnya diharapkan lebih luas lagi untuk jangkauan lokus penelitiannya menjadi di beberapa kota. Adapun karakteristik sampel dan juga jumlah responden hanya menggunakan 90 orang saja. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan sampel agar hasil penelitian dapat lebih representatif dan generalizable dan juga bagi peneliti selanjutnya sebaiknya dapat melibatkan lebih banyak lagi responden guna meningkatkan validitas hasil. Selanjutnya teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan uji regresi dimana adapun kekurangan pada uji ini hanya menggambarkan hubungan antar variabel dan memungkinkan terjadi multikolinearitas variabel pada data yang diolah sehingga bagi peneliti berikutnya disarankan menggunakan Structure Equation Modelling (SEM) karena dapat mengatasi pada ketidaknormalan distribusi sehingga analisis data lebih kuat.

#### Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dan menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dan pemegang kepentingan pada produk minuman berkordinasi merek Sprite. Adapun variabel – variabel yang mempengaruhi minat beli ulang meliputi kualitas produk, kepuasan pelanggan dan minat beli itu sendiri. Adapun saran dan rekomendasi untuk Sprite yaitu mencakup peningkatan pada kualitas produk dan kepuasan pelanggan guna meningkatkan minat beli ulang. Strategi perusahaan lebih difokuskan terhadap pengembangan kualitas produk dan meningkatkan kepuasan pelanggan yang dapat menguntungkan perusahaan Sprite.

Adapun beberapa saran manajerial untuk perusahaan Sprite terkait dengan peningkatan kualitas produk yang pertama adalah meningkatkan penguatan kontrol kualitas yaitu dengan memperketat prosedur kontrol kualitas di setiap tahap produksi untuk memastikan setiap botol Sprite memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan, adapun yang perlu diperhatikan yaitu mengenai penggunaan bahan baku berkualitas dimana perusahaan perlu memastikan bahwa semua bahan baku yang digunakan dalam produksi Sprite, termasuk air, gula, dan bahan perisa, berasal dari sumber yang terpercaya dan berkualitas tinggi. Selain itu perusahaan perlu melakukan inovasi produk yakni melakukan riset dan pengembangan untuk menciptakan varian baru, memperbaiki resep yang ada guna memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang terus berubah.

Selain memperhatikan kualitas produk, peran kepuasan pelanggan dalam memediasi hubungan kualitas produk terhadap minat beli ulang perlu juga diperhatikan karena dengan adanya kepuasan pelanggan akan mempengaruhi minat beli ulang pada produk sprite. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan agar mereka melakukan pembelian ulang produk, perusahaan Sprite dapat menerapkan beberapa strategi seperti menjaga kualitas produk, mengembangkan program loyalitas yang menawarkan diskon bagi pelanggan yang sering membeli produk Sprite, meluncurkan kampanye pemasaran yang kreatif dan relevan dengan target pasar dan juga memastikan produk Sprite mudah ditemukan di berbagai lokasi, termasuk toko kelontong, supermarket, restoran, dan platform e-commerce. Akses yang mudah meningkatkan kemungkinan pembelian ulang

## DAFTAR PUSTAKA

- Afridah, M., Rahmawati, I., Zamardah, L., Fahri, M., & Salsabila, S. (2022). Kesejahteraan Emosional Pedagang Kaki Lima Di Masa Pandemi. *JUBIKOPS: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Psikologi*, 2(1), 21–30.
- Febrianto, M., Kurniati, R. R., & Krisdianto, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jiagabi*, 10(2), 70–76.
- Imran, M. I. A. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Makanan Di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Alauddin Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 50–64.
- Maulana, A. Z., & Sukresna, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Kepuasan Pelanggan Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen ( Studi : Pada Pelanggan Produk Roti Que Bread Di Kota Bogor ). *Dipenogoro Journal Of Management*, 11(1), 1–15.
- Mahemba, U. S. A. K., & Rahayu, C. W. E. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi Di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)*. 428–439.  
<https://Prosiding.Respati.Ac.Id/Index.Php/Psn/Article/View/234>
- Sudirman U. 2008. Hemat air dengan BBM. Jakarta (ID): PT. KawanPustaka.
- Sugiyono. (2019:2). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). Metode Penelitian untuk Bisnis.
- Wicaksono, A. P., Rachma, N., & Abs, M. K. (2019). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Di Toko Distortion Merch Malang. *Paper Knowledge . Toward A Media History Of Documents*, 8(18), 130–139.