

**PENGARUH LINGKUNGAN SOSIAL, NILAI YANG DIRASAKAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN NIAT PEMBELIAN
KEMBALI PADA ABUD'S KEBAB KOTO NAN IV PAYAKUMBUH**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas
Kampus II Payakumbuh



Oleh :

ISNAWITA
1410551018

Pembimbing:

Faisal Ali Ahmad, SP., M.Si
NIP. 197905132006041014

PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

KAMPUS II PAYAKUMBUH

2018

**PENGARUH LINGKUNGAN SOSIAL, NILAI YANG DIRASAKAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN NIAT PEMBELIAN
KEMBALI PADA ABUD'S KEBAB KOTO NAN IV PAYAKUMBUH**

Skripsi oleh Isnawita

Pembimbing : Faisal Ali Ahmad, SP., M.Si

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lingkungan sosial, nilai yang dirasakan terhadap kepuasan konsumen dan niat pembelian kembali. Ukuran sampel adalah 120 responden dengan teknik pengambilan sampel adalah *convenience sampling*. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan program SmartPLS versi 2. Hasil penelitian ini menemukan lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, nilai yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, nilai yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian kembali, kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian kembali. Sedangkan lingkungan sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian kembali. Implikasi penelitian ini, Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh untuk lebih memperhatikan, mengoptimalkan dan terus meningkatkan kepuasan yang dirasakan pelanggan saat membeli produk, memberikan pelayanan yang baik dan memenuhi harapan pelanggan sehingga menarik mereka untuk kembali mengkonsumsi Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh. Karena hal ini akan berpengaruh terhadap *value* yang akan dipersepsikan oleh pelanggan dalam menentukan niat pembeliannya dimasa depan.

Kata Kunci : Lingkungan Sosial, Nilai yang Dirasakan, Kepuasan Konsumen,
Niat Pembelian Kembali