

**ANALISIS PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN DAN
KETERLIBATAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG
KONSUMEN**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi di Universitas Bakrie



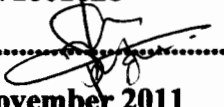
UNIVERSITAS
BAKRIE

Desrina Putri Marlip
NIM. 1071001026

**PROGRAM SARJANA STRATA 1
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2011**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Desrina Putri Marlip
NIM : 1071001026
Tanda Tangan :.....
Tanggal : November 2011

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Desrina Putri Marlip

NIM : 1071001026

Program Studi : Manajemen

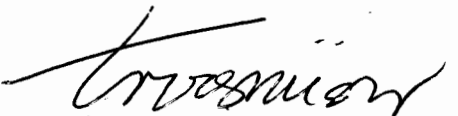
Fakultas : Ekonomi

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Keterlibatan
Produk terhadap Minat Beli Ulang

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ir. Tri Wismiarsi, M.Sc., Ph.D



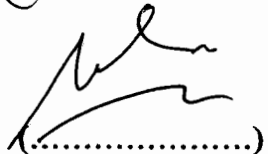
(.....)

Penguji 1 : Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D.



(.....)

Penguji 2 : Dr. Tuti Widiastuti, M.Si



(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : November 2011

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulisan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tri Wismiarsi, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan tugas akhir ini;
2. Muchsin Sagaff Shihab, Ph.D yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan saran untuk hasil terbaik tugas akhir ini;
3. Ir. Aurino RA. Djamaris yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran selama pembuatan tugas akhir ini;
4. Tuty Widiastuti selaku dosen penguji yang telah memberikan saran untuk hasil terbaik tugas akhir ini;
5. Orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan dukungan moral dan materi;
6. Khel Lazuardi SE, Andi Firmanata SE, dan Lisyaningrum Asa Hapsari SE yang telah memberi saran dan membantu penyusunan tugas akhir ini;
7. Ade, Iyul, Nana, Citong, yang telah memberikan bantuan moral selama penyusunan tugas akhir ini;
8. Pak Heri dan Mas Akbar yang sudah memberikan banyak informasi tentang pelaksanaan tugas akhir.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, November 2011

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Desrina Putri Marlip
NIM : 1071001026
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Riset Bisnis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusice Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Keterlibatan Produk terhadap Minat
Beli Ulang Konsumen”

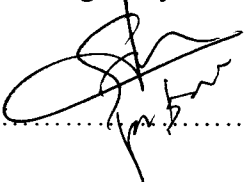
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, maka Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal: November 2011

Yang menyatakan


(.....)

**ANALISIS PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN DAN
KETERLIBATAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG
KONSUMEN PENGGUNA JASA PENERBANGAN**

Desrina Putri Marlip¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh reputasi perusahaan dan keterlibatan produk terhadap minat beli ulang konsumen dalam industri penerbangan domestik Indonesia. Lebih lanjut penelitian ini dilakukan untuk menelaah perbedaan keragaman reputasi perusahaan, keterlibatan produk, dan minat beli ulang konsumen pada penggunaan jasa penerbangan domestik. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 200 pengguna jasa penerbangan domestik. Responden ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil pengolahan data dengan regresi linear berganda menunjukkan bahwa reputasi perusahaan dan keterlibatan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen dalam penggunaan jasa penerbangan domestik. Pada variabel reputasi perusahaan terdapat perbedaan keragaman dalam kelompok usia, kelompok maskapai, dan kelompok frekuensi penerbangan. Perbedaan keragaman pada variabel keterlibatan produk terjadi pada kelompok usia, kelompok pekerjaan, dan kelompok maskapai. Sedangkan pada minat beli ulang, perbedaan keragaman hanya terjadi pada kelompok maskapai.

Kata kunci: reputasi perusahaan, keterlibatan produk, minat beli ulang konsumen, dan pengguna jasa penerbangan domestik.

ANALYSIS OF THE EFFECT OF CORPORATE REPUTATION AND PRODUCT INVOLVEMENT TOWARD REPURCHASE INTENTION ON SERVICES OF FLIGHT

Desrina Putri Marlip¹

ABSTRACT

This research aims to analyze of the effect of corporate reputation and product involvement toward repurchase intention on domestic flight industry. This research also aims to identify the difference between variance of all variables on domestic flight industry. This research used primary from questioners which distributed to 200 passengers of the domestic flight. The respondents were chosen by using purposive sampling method. The result shows that corporate reputation and product involvement have positive and significant impact toward repurchase intention on domestic flight industry. The different of variance was indicated for all variables. The result of this study also indicates that there is difference between variance of corporate reputation on passengers based on the age, the airlines, and the frequency of flight. The difference of variance was also indicated on product involvement based on the age, the job status, and the airlines. The difference between variance on the repurchase intention was indicated based on the airlines.

Keywords: corporate reputations, product involvement, repurchase intention, and passengers of domestic flight.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Batasan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	5
2. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIRAN	6
2.1. Tinjauan Pustaka	6
2.1.1. Keterlibatan Produk (<i>Product involvement</i>)	6
2.1.2. Keputusan Pembelian (<i>Decision to Buy</i>)	8
2.1.3. Minat Beli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>)	9
2.1.4. Reputasi Perusahaan (<i>Corporate Reputation</i>).....	11
2.2. Penelitian Terdahulu	14

2.3. Profil Industri Penerbangan Domestik Indonesia.....	16
2.4. Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis	17
3. METODE PENELITIAN	20
3.1 Teknik Pengumpulan Data	20
3.2 Populasi dan Sampel	20
3.3 Teknik Sampling	21
3.4 Operasional Variabel	21
3.5 Teknik Analisis Data	22
3.6 Uji Instrumen.....	23
3.6.1 Uji Reliabilitas	23
3.6.2 Uji Validitas	23
3.7 Instrumen	24
4. HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1. Karakteristik Responden	26
4.2. Analisis Faktor	27
4.3. Uji Reliabilitas	30
4.4. Uji Validitas	31
4.5. Hasil Analisis Penelitian dan Pembahasan	32
4.5.1. Analisis Regresi Linear	32
4.5.2. Uji Keragaman	36
4.5.3. Pembahasan	40
5. KESIMPULAN DAN SARAN	44
5.1. Kesimpulan	44
5.2. Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel	22
Tabel 3.2. Alat Ukur yang Digunakan dalam Penelitian	25
Tabel 4.1. Karakteristik 200 Responden	27
Tabel 4.2. Hasil Analisis Faktor untuk Reputasi Perusahaan	28
Tabel 4.3. Hasil Analisis Faktor untuk Keterlibatan Produk	29
Tabel 4.4. Hasil Analisis Faktor untuk Minat Beli Ulang	30
Tabel 4.5. Hasil Uji Reliabilitas	30
Tabel 4.6. Nilai r (<i>Product moment correlation</i>)	31
Tabel 4.7. Hasil Pengukuran VIF	32
Tabel 4.8. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana antara Reputasi Perusahaan dengan Minat Beli Ulang	32
Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana antara Keterlibatan Produk dengan Minat Beli Ulang	33
Tabel 4.10. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	34
Tabel 4.11. Analisis Uji Keragaman untuk Variabel Reputasi Perusahaan	37
Tabel 4.12. Analisis Uji Keragaman untuk Variabel Keterlibatan Produk	38
Tabel 4.13. Analisis Uji Keragaman untuk Variabel Minat Beli Ulang	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Teoritis	19
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	51
Lampiran 2. Hasil Olahan Data Uji Reliabilitas dan Validitas	54
Lampiran 3. Hasil Olahan Data Analisis Faktor	58
Lampiran 4. Hasil Olahan Data Analisis Deskriptif	60
Lampiran 5. Hasil Olahan Data Karakteristik Responden	69
Lampiran 6. Hasil Olahan Data untuk Uji Keragaman	70