

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN  
CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK  
SUSU FORMULA**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Nestle Batita/Dancow Batita)**

**TUGAS AKHIR**



**KARLINA SETIAWATI**

**1161001127**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2020**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN  
CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK  
SUSU FORMULA**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Nestle Batita/Dancow Batita)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana**

**Manajemen**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**KARLINA SETIAWATI**

**1161001127**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2020**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

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

Nama : Karlina Setiawati

NIM : 1161001127

Tanda Tangan :



Tanggal : 24 Agustus 2020

## HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR


Tugas Akhir ini diajukan oleh:


Nama : Karlina Setiawati  
NIM : 1161001127  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan  
Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Susu  
Formula (Studi Kasus Pada Konsumen Nestle  
Batita/Dancow Batita)

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

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Jerry Heikal, S.T., M.M., Dr. (  )

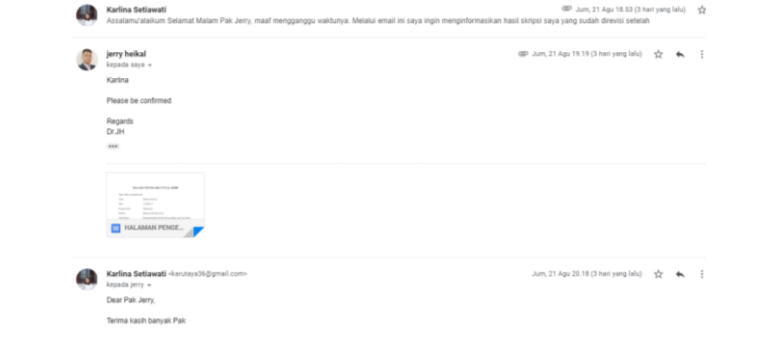
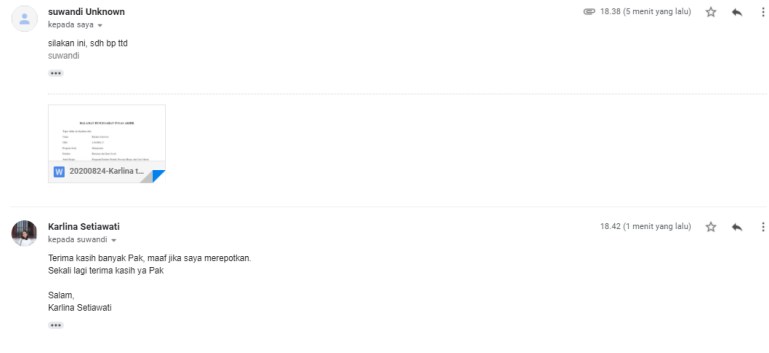
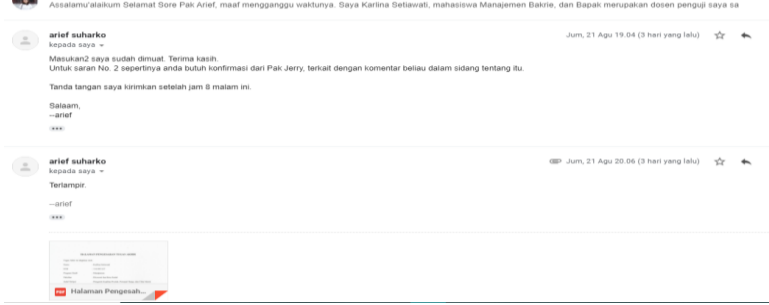
Penguji 1 : Suwandi, SE., M. Si., Dr. (  )

Penguji 2 : Arief B. Suharko, B.S.E.E., M.S.E.E., Ph.D (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 24 Agustus 2020

**HALAMAN PENGESAHAN MELALUI DARING**

<p><b>NAMA MAHASISWA / NIM</b></p>	<p>Karlina Setiawati / 1161001127</p>
<p><b>JUDUL SKRIPSI</b></p>	<p>Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Susu Formula (Studi Kasus Pada Konsumen Nestle Batita/Dancow Batita)</p>
<p><b>DISETUJUI TANGGAL</b></p>	<p>21 Agustus 2020, 24 Agustus 2020, 21 Agustus 2020</p>
<p><b>PEMBIMBING (Jerry Heikal, S.T., M.M., Dr.)</b></p>	
<p><b>PENGUJI 1 (Suwandi, SE., M. Si., Dr.)</b></p>	
<p><b>PENGUJI 2 (Arief B. Suharko, B.S.E.E., M.S.E.E., Ph.D)</b></p>	

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Susu Formula (Studi Kasus Pada Konsumen Nestle Batita/Dancow Batita)”** sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen di Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, penulisan ini mungkin tidak dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Gatot Wibowo dan Ibu Yunaeni selaku orang tua penulis yang selalu mendoakan dan mendukung selama masa perkuliahan.
2. Farisha Azahra dan Kania Azrumi Wibowo selaku adik tercinta yang selalu memberikan semangat setiap hari kepada penulis selama penyelesaian Tugas Akhir ini.
3. Bapak Jerry Heikal, S.T., M.M., Dr. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta juga dengan sabar telah memberikan bimbingan dan dukungan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
4. Bapak Suwandi, SE, M.Si., Dr. selaku dosen pembahas dalam seminar proposal dan penguji 1 yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam memberikan arahan dan masukannya yang sangat bermanfaat untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Bapak Arief B. Suharko, B.S.E.E, M.S.E.E., Ph.D. selaku dosen penguji 2 yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam memberikan arahan dan masukannya yang sangat bermanfaat untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Segenap dosen dan *staff* akademik maupun perpustakaan yang selalu membantu dalam memberikan fasilitas dan ilmu sebagai penunjang dalam penyelesaian tugas akhir ini.
7. Dini Nur Fitria yang menjadi teman seperjuangan selama penyusunan skripsi, dan yang selalu memberikan masukan juga semangat.

8. Cherena Chandra Dea sahabat semasa SMA penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa selama penyelesaian Tugas Akhir ini.
9. Teman-teman grup “EF2N2K” yaitu Annisa Fauziah, Eka Nur Fitriyanti, Febriyanti, Fitri Rukmini, Kisti Paramitha, dan Yunita Ratna Sari yang selalu memberikan dukungan dan doa selama penyelesaian Tugas Akhir ini.
10. Seluruh teman-teman Manajemen Universitas Bakrie 2016 dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih atas doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang Manajemen.

Jakarta, 22 Juli 2020

Penulis

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Karlina Setiawati  
NIM : 1161001127  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Kuantitatif

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

**“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Susu Formula (Studi Kasus Pada Konsumen Nestle Batita/Dancow Batita)”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini 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 untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 24 Agustus 2020

Yang Menyatakan



(Karlina Setiawati)



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK SUSU FORMULA**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Nestle Batita/Dancow Batita)**

Karlina Setiawati<sup>1</sup>

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap minat beli ulang produk susu formula pada konsumen Nestle Batita/Dancow Batita. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dan data primer yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari jawaban responden atas hasil penyebaran kuesioner. Penelitian ini menggunakan analisis regresi dengan program SPSS 22.0 untuk menguji hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, sedangkan persepsi harga memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek, Minat Beli Ulang, Susu Formula, Nestle Batita/Dacnow Batita

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND  
BRAND IMAGE ON REPURCHASE INTENTION IN FORMULA MILK  
PRODUCT***

*(Case Study on Nestle Batita/Dancow Batita Consumers)*

Karlina Setiawati<sup>2</sup>

---

***ABSTRACT***

*This study aims to determine how much the effect of product quality, price perception, and brand image on repurchase intention in formula milk products to Nestle Batita / Dancow Batita consumers. This study uses quantitative methods and sampling techniques using probability sampling methods with simple random sampling techniques. The number of samples taken in this study were 100 respondents and the primary data obtained in this study came from respondents' answers on the results of questionnaires. This study uses regression analysis with SPSS 22.0 program to test the hypotheses formulated in this study. The results showed that product quality and brand image had a positive and significant effect on repurchase intention, while price perception had a positive and insignificant effect on repurchase intention.*

**Keywords:** *Product Quality, Price Perception, Brand Image, Repurchase Intention, Formula Milk, Nestle Batita / Dancow Batita*

---

<sup>2</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN MELALUI DARING .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian .....	10
1.4. Manfaat Penelitian .....	10
1.5. Batasan Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .</b>	<b>12</b>
2.1. Perilaku Konsumen .....	12
2.2. Kualitas Produk .....	14
2.3. Persepsi Harga .....	15
2.4. Citra Merek .....	17
2.5. Minat Beli Ulang .....	20
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	21
2.7. Kerangka Hipotesis .....	25
2.8. Hipotesis .....	25
2.8.1. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang .....	25
2.8.2. Hubungan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang .....	26
2.8.3. Hubungan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang .....	26
2.8.4. Hubungan Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang.....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1. Metode Penelitian .....	28

3.2.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	28
3.2.1.	Populasi .....	28
3.2.2.	Sampel.....	29
3.2.3.	Teknik Pengambilan Sampel .....	29
3.3.	Jenis dan Sumber Data .....	30
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5.	Variabel Penelitian.....	31
3.6.	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	31
3.7.	Analisis Deskriptif .....	33
3.8.	Uji Instrumen Penelitian .....	33
3.8.1.	Uji Validitas .....	34
3.8.2.	Uji Reliabilitas .....	34
3.9.	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.9.1.	Uji Normalitas.....	34
3.9.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.9.3.	Uji Multikolinearitas.....	35
3.10.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
3.11.	Uji Hipotesis .....	36
3.11.1.	Uji t .....	36
3.11.2.	Uji F.....	36
3.11.3.	Koefisien Determinasi (R Square).....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>38</b>
4.1.	Karakteristik Responden.....	38
4.2.	Analisis Deskriptif .....	39
4.2.1.	Deskriptif Kualitas Produk .....	39
4.2.2.	Deskriptif Persepsi Harga.....	40
4.2.3.	Deskriptif Citra Merek .....	41
4.2.4.	Deskriptif Minat Beli Ulang .....	41
4.3.	Uji Instrumen.....	42
4.3.1.	Uji Validitas .....	42
4.3.2.	Uji Reliabilitas .....	44
4.4.	Uji Asumsi Klasik.....	45
4.4.1.	Uji Normalitas.....	45
4.4.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	46

4.4.3.	Uji Multikolinearitas .....	47
4.5.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	48
4.6.	Uji Hipotesis.....	49
4.6.1.	Uji t .....	49
4.6.2.	Uji F .....	50
4.6.3.	Koefisien Determinasi.....	51
4.7.	PEMBAHASAN.....	51
4.7.1.	Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang .....	51
4.7.2.	Pengaruh persepsi harga terhadap minat beli ulang.....	52
4.7.3.	Pengaruh citra merek terhadap minat beli ulang .....	52
4.7.4.	Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap minat beli ulang.....	53
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>54</b>
5.1.	Kesimpulan .....	54
5.2.	Saran.....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>57</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>61</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1.	Perbandingan Harga Susu Formula .....	6
Tabel 1.2.	Top Brand Index Susu Formula Tahun 2018-2020 .....	8
Tabel 2.1.	Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3.1.	Operasionalisasi Variabel .....	32
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden.....	38
Tabel 4.2.	Hasil Deskriptif Kualitas Produk.....	39
Tabel 4.3.	Hasil Deskriptif Persepsi Harga.....	40
Tabel 4.4.	Hasil Deskriptif Citra Merek.....	41
Tabel 4.5.	Hasil Deskriptif Minat Beli Ulang.....	41
Tabel 4.6.	Hasil Uji Validitas 30 Responden.....	42
Tabel 4.7.	Hasil Uji Validitas 100 Responden.....	43
Tabel 4.8.	Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden.....	44
Tabel 4.9.	Hasil Uji Reliabilitas 100 Responden.....	44
Tabel 4.10.	Hasil Uji Normalitas.....	45
Tabel 4.11.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4.12.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
Tabel 4.13.	Hasil Uji t.....	49
Tabel 4.14.	Hasil Uji F.....	50
Tabel 4.15.	Hasil Koefisien Determinasi (R Square).....	51

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1. Proyeksi Jumlah Kelahiran Bayi dan Kematian Penduduk di Indonesia Tahun 2015-2045 .....1

Gambar 1.2. Perbandingan Volume Pencarian Kata Kunci Beberapa Merek Susu Formula Balita Usia 1-3 Tahun Oleh Konsumen Potensial .....4

Gambar 2.1. Kerangka Hipotesis .....25

Gambar 4.1. Garfik P-plot Hasil Uji Normalitas.....46

Gambar 4.2. Grafik Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas.....47