

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN HARGA  
TERHADAP MINAT BELI ULANG DALAM PEMBELIAN  
PRODUK DI KOPI KENANGAN**

**TUGAS AKHIR**

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



**Riyan Febrianto**

**1181901061**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2020**


## HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR


Tugas Akhir ini diajukan oleh:

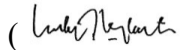
Nama : Riyan Febrianto  
NIM : 1181901061  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS)  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK,  
PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP MINAT  
BELI ULANG DALAM PEMBELIAN PRODUK  
DI KOPI KENANGAN

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

Penguji I : Muchsin Saggaf Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D (  )

Penguji II : Imbang J Mangkuto, Ir.,M.Sc.,M.B.A (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 28 September 2020

# HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

---

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

**Nama : Riyan Febrianto**  
**NIM : 1181901061**

**Tanda Tangan :** 

**Tanggal : 28 September 2020**

## LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

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

Nama : Riyan Febrianto  
NIM : 1181901061  
Program Studi : Manajemen  
Falkultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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, HARGA DAN PROMOSI MINAT BELI ULANG DALAM PEMBELIAN PRODUK DI KOPI KENANGAN**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/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 : 28 september 2020

Yang Menyatakan



Riyan Febrianto

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin segala puji dan syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS) Universitas Bakrie. Dukungan dari berbagai pihak, terutama orang tua menjadi motivasi besar bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan magang ini mengalami banyak hambatan dan tidak akan dapat terselesaikan tanpa dukungan dan bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Pak Suwandi, SE, M.Si, Dr dosen pembimbing skripsi atas waktu, bantuan dan saran yang telah diberikan kepada penulis.
2. Pak Muchsin Saggaf Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D dosen penguji yang membantu penulis dalam memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Pak Imbang J. Mangkuto, Ir., M.Sc., M.B.A. dosen penguji yang membantu penulis dalam memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Orang tua penulis, Mamah dan Papah tercinta serta Adik yang sangat penulis sayangi, yang senantiasa selalu menyemangati, mendoakan dan menasehati serta memberikan dukungam moral yang luar biasa mulai dari penulis mengikuti masa perkuliahan, sampai tahap penyelesaian laporan ini;
5. Kepada selaku ketua Program Studi Manajemen bapak M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D. . semoga kebaikan Bapak dibalas oleh berkah oleh Tuhan Yang Maha Esa.
6. Muchsin Saggaf Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D dosen penguji yang membantu penulis dalam memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Para dosen pengajar dan staf di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie untuk ilmu bermanfaat yang telah banyak diajarkan kepada penulis.
8. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner penelitian.
9. Teman SMA sekaligus sahabat HQQ, Syafik, Rafif, Adiyat, Elmo, Pandya, Hanief, Caesar, dan Sony yang selalu memberikan motivasi dalam proses pembuatan tugas akhir ini.
10. Sahabat penulis yang baru kenal (Salma dan Sasa) telah membantu dan mendoakan selama penyelesaian skripsi.
11. Teman-teman dikelas karyawan Universitas Bakrie yang telah membantu dan mendoakan selama penyelesaian skripsi.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu terimakasih atas doa dan dukungannya.

Jakarta, 29 Juli 2020

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN HARGA  
TERHADAP MINAT BELI ULANG DALAM PEMBELIAN  
PRODUK DI KOPI KENANGAN**

Riyan Febrianto

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, promosi, dan harga memiliki pengaruh terhadap minat beli ulang pada pembelian produk Kopi Kenangan. Studi kasus yang dilakukan dalam penelitian ini. Responden dari penelitian tersebut adalah pengunjung Kopi Kenangan. Data yang diperoleh dengan membagikan kuesioner secara online kepada 100 responden. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap konsumen kopi kenangan, sedangkan harga tidak berpengaruh terhadap konsumen kopi kenangan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dapat peluang cukup besar untuk meningkatkan harga produk Kopi Kenangan masih bias dilakukan oleh pihak dari Kopi Kenangan.

Kata kunci: *Kualitas Produk, Promosi, Harga, Minat Beli Ulang*

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN HARGA  
TERHADAP MINAT BELI ULANG DALAM PEMBELIAN  
PRODUK DI KOPI KENANGAN**

Riyan Febrianto

---

**ABSTRACT**

This study aims to determine whether product quality, promotion, and price have an influence on repurchase interest in the purchase of Coffee Memories products. Case studies conducted in this research. Respondents from the study were visitors to Coffee Memories. Data obtained by distributing questionnaires online to 100 respondents. This study concludes that product quality and price have an influence on consumers of memorable coffee, while price does not affect consumers of memorable coffee. The results of this study indicate that the company can have a big enough opportunity to increase the price of Kopi Kenangan products can still be done by parties from Kopi Kenangan.

Kata kunci: *Product Quality, Promotion, Price, Repurchase Interest.*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>13</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>13</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>16</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>16</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>17</b>
<b>1.4.1 Manfaat Teoritis .....</b>	<b>17</b>
<b>1.4.2 Manfaat Praktis .....</b>	<b>17</b>
<b>1.5 Batasan Penelitian .....</b>	<b>18</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>19</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1 Marketing (Pemasaran) .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1.1 Pengertian Marketing (Pemasaran).....</b>	<b>19</b>
<b>2.2 Marketing Mix .....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.1 Pengertian Marketing Mix .....</b>	<b>20</b>
<b>2.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....</b>	<b>21</b>
<b>2.4 Minat Beli Ulang.....</b>	<b>23</b>
<b>2.5 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>24</b>
<b>2.6 Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>27</b>
<b>2.7 Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>28</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>30</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>

3.1	Objek Penelitian .....	30
3.2	Metode Yang Digunakan .....	30
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	31
3.4	Populasi dan Penarikan Sampel.....	32
3.5	Teknik Sampling.....	33
3.6	Operasional Variable.....	33
3.7	Metode Pengumpulan Data dan Skala Pengukuran.....	35
3.8	Pengujian Instrument Penelitian .....	37
3.8.1	Uji Validitas .....	37
3.8.2	Reliabilitas.....	37
3.9	Teknik Analisis Data.....	38
3.9.1	Uji Heteroskedastisitas .....	38
3.9.2	Uji Normalitas .....	38
3.9.3	Analisis Regresi Linier Berganda .....	39
3.9.4	Uji Parsial .....	40
3.9.5	Uji Signifikansi (Uji F).....	41
3.9.6	Koefisien Determinasi $R^2$ .....	41
BAB IV	.....	42
4.1	Karakteristik Responden .....	42
4.2	Pre-test Kuesioner .....	43
4.3	Uji Instrumen .....	44
4.3.1	Uji Validitas .....	44
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	45
4.4	Uji Asumsi Klasik .....	46
4.4.1	Uji Heteroskedastitas.....	46
4.4.1	Uji Normalitas .....	47
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
4.6	Uji Hipotesis.....	49
4.6.1	Uji F .....	49
4.6.2	Uji t (Uji Parsial).....	50
A.	Variabel Kualitas Produk .....	51

<b>B.</b>	<b>Variabel Harga.....</b>	<b>51</b>
<b>C.</b>	<b>Variabel Promosi .....</b>	<b>52</b>
	<b>4.6.3 Uji Koefisien Determinasi.....</b>	<b>52</b>
	<b>Koefisien Determinasi .....</b>	<b>52</b>
	<b>4.7 Pembahasan .....</b>	<b>53</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>.....</b>	<b>54</b>
	<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>54</b>
	<b>5.2 Saran .....</b>	<b>54</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>.....</b>	<b>55</b>
<b>Lampiran .....</b>	<b>.....</b>	<b>58</b>
<b>Kuesioner penelitian .....</b>	<b>.....</b>	<b>58</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1 2.1 Konsep Marketing Mix.....</b>	<b>21</b>
<b>Gambar 2 2.2 Kerangka Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>28</b>
<b>Gambar 3 3.9 Model Regresi Linier Berganda.....</b>	<b>40</b>
<b>Gambar 4 4.4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Kopi Kenangan.....</b>	<b>46</b>
<b>Gambar 5 4.2.1 Hasil Uji Normalitas Kopi Kenangan .....</b>	<b>47</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1 2.4 Indikator Minat Beli Ulang .....</b>	<b>23</b>
<b>Tabel 2 2.5 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>27</b>
<b>Tabel 3 3.6 Operasional Variable .....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 4 3.7 Tabel Interval .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 5 3.7 Tabel Kriteria Skor .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 6 4.1 Karakteristik Responden Kopi kenangan.....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 7 4.2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Pre-Test kuesioner Kopi Kenangan .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 8 4.3.1 Hasil Uji Validitas 100 Responden Kopi Kenangan.....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 9 4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas 100 responden Kopi Kenangan.....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 10 4.4.1 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Anomali Coffee.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 11 4.5 Hasil Analisis Regresi Berganda Kopi Kenangan .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 12 4.6.1 Hasil Uji F .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 13 4.6.2 Hasil Uji t .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 14 4.6.3 Koefisien Determinasi .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>