

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK BISKUIT
SANDWICH MEREK "SLAI O'LAI"
(STUDI PADA MASYARAKAT KOTA DAN KABUPATEN KEDIRI)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen**



Diajukan Oleh :

**DINI NUR SOFYA
17012010216/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2021**

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK BISKUIT
SANDWICH MEREK “SLAI O’LAI”
(STUDI PADA MASYARAKAT KOTA DAN KABUPATEN KEDIRI)**

Disusun Oleh :

DINI NUR SOFYA
17012010216/FEB/EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan
Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal : 14 September 2021**

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

SulastrI Irbayuni, S.E., M.M.
NIP. 196206161989032001

Pembimbing Utama

Sugeng Purwanto, S.E., M.M.
NIP. 196801081989031001

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**

22 SEP 2021

Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.T.
NIP. 195908281990031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayahNya. Sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Biskuit Sandwich Merek “Slai O’lai” (Studi Pada Masyarakat Kota Dan Kabupaten Kediri).**

Skripsi ini disusun dengan tujuan memenuhi salah satu syarat penilaian dan kelulusan program pendidikan Strata 1 Jurusan Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Terselesaikannya pembuatan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT Maha dari segala-Nya atas semua kesempatan dan nikmat-Nya penulis diberikan kesehatan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.M. selaku dekan Fakultas ekonomi dan bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Sulastri Irbayuni, S.E., M.M. selaku Koordinator program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

5. Sugeng Purwanto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing penulis. Terima kasih telah membimbing, memberikan arahan, bantuan dan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan benar.
6. Dr. Muhadjir Anwar, M.M. selaku dosen wali yang telah memberikan banyak ilmu, arahan, dan waktunya.
7. Teristimewakan dan banyak terima kasih untuk suami tercinta Denis Irwin Maulana, S. Tr. T. yang senantiasa mensupport penulis setiap hari.
8. Teristimewakan dan banyak terima kasih juga untuk keluarga penulis, khususnya kedua orang tua yang senantiasa selalu memberikan Doa, seluruh kasih dan sayangnya, dukungan materi, serta motivasi kepada penulis dari kecil hingga sekarang, Nenek, Budhe, dan Kakak penulis yang selalu memberikan perhatian, dukungan serta semangat kepada penulis ketika penulis merasa jenuh.
9. Kepada sahabat tersayangku Pradita Putri Prayitna, terima kasih telah memberikan banyak bantuan, masukan, motivasi dan semangat ketika penulis mengerjakan skripsi.
10. Teman perkuliahan selama 4 tahun ini, khususnya: Dhea Nova L., Tiara Indah F., dan Farah Salsabilla.
11. Serta masih banyak pihak lain yang sangat berpengaruh dalam penyelesaian skripsi yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya.
12. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having*

no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang mendasar pada skripsi ini. Oleh karena itu penulis berharap kepada pembaca untuk memberikan saran serta kritik yang membangun untuk penyempurnaan kedepannya. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak khususnya teman-teman di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 08 Juli 2021

Penulis

Abstrak

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK BISKUIT SANDWICH MEREK “SLAI O’LAI” (STUDI PADA MASYARAKAT KOTA DAN KABUPATEN KEDIRI)

Oleh :

Dini Nur Sofya

17012010216/FEB/EM

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang biskuit sandwich merek Slai O’lai pada masyarakat di Kota dan Kabupaten Kediri. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 110 responden dan penyebaran kuesioner dilaksanakan di Kota dan Kabupaten Kediri dengan menggunakan bantuan *google formulir*. Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Sampel terdiri dari responden yang berdomisili di Kota dan Kabupaten Kediri, berusia minimal 17 tahun dan telah melakukan pembelian produk Slai O’lai lebih dari 2 (dua) kali. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, sedangkan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS). Berdasarkan dari hasil penelitian ini diketahui bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang biskuit sandwich merek Slai O’lai.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian Ulang.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Pemasaran	17
2.2.2 Manajemen Pemasaran	18
2.2.3 Merek (<i>Brand</i>)	19
2.2.3.1 Definisi Merek.....	18
2.2.3.2 Fungsi Merek.....	18
2.2.3.3 Elemen Merek.....	20
2.2.4 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	22
2.2.5 Produk.....	24
2.2.5.1 Definisi Produk.....	23
2.2.5.2 Tingkatan Produk.....	24
2.2.5.3 Kualifikasi Produk.....	25
2.2.5.4 Kualitas Produk.....	26
2.2.6 Keputusan Pembelian.....	30
2.2.6.1 Keputusan Pembelian Ulang.....	31
2.3 Hubungan antar variabel.....	35
2.3.1 Hubungan Citra Merek (X1) Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Y).....	35
2.3.2 Hubungan Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Y).....	36
2.4 Kerangka Konseptual	38
2.5 Hipotesis	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40

3.1 Operasional dan Pengukuran Variabel	40
3.1.1 Definisi Operasional Variabel.....	40
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	42
3.2 Teknik Penentuan Sampel	43
3.2.1 Populasi.....	43
3.2.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	43
3.3 Teknik Pengumpulan Data	46
3.3.1 Sumber dan Jenis Data.....	46
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	48
3.4.1 Teknik Analisis Data.....	48
3.4.2 Model Indikator Refleksi dan Indikator Formatif.....	49
3.4.2.1 Model Indikator Refleksi (Indikator Manifest).....	47
3.4.2.2 Model Indikator Formatif (Indikator Kausal).....	48
3.4.3 Kegunaan Metode <i>Partial Least Square</i> (PLS)	51
3.4.4 Pengukuran Metode <i>Partial Least Square</i> (PLS)	51
3.4.5 Langkah – Langkah Standar Analisis Data Dengan PLS.....	52
3.4.6 Pengujian Hipotesis	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	56
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	57
4.2.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.2.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.2.1.3 Deskripsi Karakteristik Responden Pendidikan Terakhir.....	58
4.2.2 Deskripsi Variabel	61
4.2.2.1 Deskripsi Variabel Citra Merek (X1).....	59
4.2.2.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X2).....	60
4.2.2.3 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian Ulang (Y).....	62
4.3 Deskripsi Hasil Analisis Data	65
4.3.1 Evaluasi Outlier	65
4.3.2 Interpretasi Hasil Olah Data PLS.....	67
4.3.2.1 Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator).....	65

4.3.2.2 Analisis Model PLS.....	71
4.3.2.3 Inner Model (Pengujian Model Struktural).....	72
4.3.2.4 Pengujian Hipotesis.....	74
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	78
4.4.1 Pengaruh Citra Merek (X1) Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Y)	78
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Y)..	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Biskuit Sandwich Tahun 2016-2020.....	5
Tabel 1.2 Data Kuesioner Pra Survei.....	7
Tabel 3.1 Skor Alternatif Jawaban.....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Citra Merek (X1).....	61
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk (X2).....	62
Tabel 4.6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian Ulang (Y).....	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Outlier.....	66
Tabel 4.8 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	67
Tabel 4.9 Cross Loading.....	69
Tabel 4.10 Average Variance Extracted (AVE)	70
Tabel 4.11 Composite Reliability	71
Tabel 4.12 Latent Variable Correlations.....	72
Tabel 4.13 R-Square	74
Tabel 4.14 Outer Weights (Mean, STDEV, T-Values).....	75
Tabel 4.15 Path Coefficient (Mean, STDEV, T-Values).....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tingkatan Produk	26
Gambar 2.2 Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	32
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	38
Gambar 3.1 Model Indikator Refleksi	49
Gambar 3.2 Model Indikator Formatif.....	50
Gambar 3.3 Model Diagram Jalur.....	53
Gambar 4.1 Jenis Rasa Biskuit Sandwich Slai O'lai	57
Gambar 4.2 Outer Model	73
Gambar 4.3 Inner Model.....	77