

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, INOVASI
PRODUK, DAN DESAIN KEMASAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PEMBELIAN ULANG
(Studi Kasus pada Konsumen Minuman Kratingdaeng di
Surabaya)**

SKRIPSI



Oleh:

FERY NURMANSYAH ARDIANTO

21032010205

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK DAN SAINS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2025

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, DAN
DESAIN KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN
PEMBELIAN ULANG**

(Studi Kasus pada Konsumen Minuman Kratingdaeng di Surabaya)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Program Studi Teknik Industri



Diajukan Oleh:

FERY NURMANSYAH ARDIANTO

NPM.21032010205

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK DAN SAINS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

SURABAYA

2025

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, DAN
DESAIN KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN
PEMBELIAN ULANG
(Studi Kasus pada Konsumen Minuman Kratingdaeng di Surabaya)**

Disusun Oleh:

FERY NURMANSYAH ARDIANTO

21032010205

**Telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi dan diterima oleh
Publikasi Jurnal Akreditasi Sinta 1-3**

**Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik dan Sains
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Surabaya
Pada Tanggal : 28 Juli 2025**

Tim Penguji :

1.

Hafid Syaifullah, S. ST., MT.
NIP. 198910172022031003

2.

Rizqi Novita Sari, S. ST., MT.
NIP. 21219921121289

Pembimbing :

1.

Dr. Ir. Minto Waluvo, MM.
NIP. 196111301990031001

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknik dan Sains
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Surabaya**

Prof. Dr. Dra. Jariyah, M.P
NIP. 19650403 199103 2 001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS TEKNIK DAN SAINS
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

Jl. Raya Rungkut Madya Gunung Anyar Telp. (031) 8706369 (Hunting). Fax. (031) 8706372 Surabaya 60294



KETERANGAN REVISI

Mahasiswa di bawah ini:

Nama : Fery Nurmansyah Ardianto
NPM : 21032010205
Program Studi : ~~Teknik Kimia~~ / Teknik Industri / ~~Teknologi Pangan~~ /
Teknik Lingkungan / Teknik Sipil

Telah telah mengerjakan revisi / ~~tidak ada revisi~~ *) ~~PRA RENCANA (DESAIN)~~ /
SKRIPSI / ~~TUGAS AKHIR~~ Ujian Lisan Periode Juli, TA 2024/2025.

Dengan judul : **PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, INOVASI
PRODUK, DAN DESAIN KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DAN PEMBELIAN ULANG (Studi Kasus pada
Konsumen Minuman Kratingdaeng di Surabaya)**

Dosen yang memerintahkan revisi

1. Dr. Ir. Minto Waluyo, MM.
2. Hafid Syaifullah, S. ST., MT.
3. Rizqi Novita Sari, S. ST., MT.

Surabaya, 28 Juli 2025

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Dr. Ir. Minto Waluyo, MM.
NIP. 196111301990031001

Catatan: *) coret yang tidak perlu



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS TEKNIK DAN SAINS
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

Jl. Raya Rungkut Madya Gunung Anyar Surabaya. Telp (031) 8706369. Fax (031) 8706372 Surabaya 60294



SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fery Nurmansyah Ardianto
NPM : 21032010205
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknik dan Sains

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 28 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan



Fery Nurmansyah Ardianto
NPM. 21032010205

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk, Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang (Studi Kasus pada Konsumen Minuman Kratingdaeng di Surabaya)”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Teknik pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, baik dari segi isi maupun teknis penulisan. Penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Dalam penyusunan skripsi ini, tentu tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU., selaku Rektorat Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Prof. Dr. Dra. Jariyah, M.P., selaku Dekan Fakultas Teknik dan Sains Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ir. Rusindiyanto, M.T., selaku Koordinator Program Studi Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Ir. Minto Waluyo, MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan, memotivasi, dan memberi nasehat dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Hafid Syaifullah, S.ST.,MT., dan Ibu Rizqi Novita Sari, S.ST.,MT., selaku Dosen Penguji saya yang telah memberi kritik dan saran yang membangun selama proses skripsi berlangsung.
6. Seluruh responden penelitian yang telah membantu saya dalam melakukan penelitian.
7. Seluruh keluarga khususnya orang tua saya Bapak Kamandoko dan Ibu Ninik Niswatun Ulfah serta kakak saya Yonis Maulana beserta istri dan anak-anaknya dan Vischa Nurlaily Ardianti yang senantiasa mendoakan, mendukung, dan memberikan motivasi untuk selalu semangat dalam segala bidang.
8. Teman-teman masa kecil hingga sekarang dan Rekayasa selaku tema seperjuangan, atas kerja sama dan dukungannya selama ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Teman-teman jurusan Teknik Industri khususnya Angkatan 2021, yang telah memberikan doa dan dukungan kepada saya.
10. Pihak-pihak lain yang terkait baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Surabaya, 14 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Batasan Masalah.....	16
1.4 Asumsi-Asumsi	16
1.5 Tujuan Penelitian.....	16
1.6 Manfaat Penelitian	17
1.7 Sistematika Penulisan	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Pemasaran	20
2.2 Harga	22
2.3 Kualitas Produk.....	25
2.4 Inovasi Produk	29
2.5 Desain Kemasan.....	30
2.6 Keputusan Pembelian.....	34

2.7	Pembelian Ulang	36
2.8	Pengaruh Antar Variabel	38
2.8.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	38
2.8.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	38
2.8.3	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.8.4	Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.8.5	Pengaruh Harga Terhadap Pembelian Ulang	40
2.8.6	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang	40
2.8.7	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Pembelian Ulang	40
2.8.8	Pengaruh Desain kemasan Terhadap Pembelian Ulang	41
2.8.9	Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang	41
2.9	Uji Validitas, Uji Signifikansi, dan Uji Reliabilitas	42
2.10	<i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	44
2.11	<i>Software</i> AMOS	48
2.12	Penelitian Terdahulu.....	49
2.13	Hipotesis Penelitian.....	57
BAB III METODE PENELITIAN.....		60
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	60
3.2	Identifikasi Variabel Penelitian	60
3.2.1	Variabel Eksogen (Variabel Bebas).....	60
3.2.2	Variabel Endogen (Variabel Terikat)	61
3.2.3	Definisi Operasional Variabel	62
3.3	Metode Pengumpulan Data	64
3.4	Langkah-Langkah Pemecahan Masalah.....	65

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1 Pembuatan <i>Path Diagram</i>	72
4.2 Penyusunan Kuesioner	74
4.3 Penyebaran Kuesioner.....	74
4.4 Pengumpulan Data	74
4.4.1 Distribusi Frekuensi	75
4.5 Pengolahan Data Kuesioner	77
4.5.1 Uji Kecukupan Data.....	77
4.5.2 Memilih <i>Matriks</i> dan Estimasi SEM.....	78
4.6 Konversi <i>Path Diagram</i>	78
4.6.1 Persamaan Pengukuran <i>Measurement Model</i>	79
4.6.2 Persamaan Pengukuran <i>Structural Model</i>	83
4.6.3 Modifikasi Model.....	86
4.7 Persamaan Simultan	90
4.8 Uji Hipotesis	92
4.8.1 Hipotesis Ke-1.....	92
4.8.2 Hipotesis Ke-2.....	93
4.8.3 Hipotesis Ke-3.....	93
4.8.4 Hipotesis Ke-4.....	94
4.8.5 Hipotesis Ke-5.....	94
4.8.6 Hipotesis Ke-6.....	95
4.8.7 Hipotesis Ke-7.....	95
4.8.8 Hipotesis Ke-8.....	96
4.8.9 Hipotesis Ke-9.....	96

4.9	Pembahasan.....	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		107
5.1	Kesimpulan	107
5.2	Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Top Brand Index</i> Minuman Penambah Energi Cair	2
Tabel 1. 2 Pra-Survei Konsumen Minuman Kratingdaeng	4
Tabel 1. 3 <i>Matriks</i> Perbandingan Antar Merek Minuman Penambah Energi	5
Tabel 2. 1 <i>Matriks</i> Ringkasan Peneliti Terdahulu	54
Tabel 3. 1 Identifikasi Variabel dan Indikator	63
Tabel 4. 1 Rentang dan Indikator	75
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Indikator	75
Tabel 4. 3 Nilai <i>Goodness of Fit</i> dan <i>Cut off Value</i>	79
Tabel 4. 4 <i>Estimate Standardized Regression Weights</i>	80
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas	82
Tabel 4. 6 Uji Korelasi	83
Tabel 4. 7 Nilai <i>Goodness of Fit</i> dan <i>Cut off Value</i>	84
Tabel 4. 8 <i>Covariances Modification Idices</i>	85
Tabel 4. 9 Nilai <i>Goodness of Fit</i> dan <i>Cut off Value Modification Model</i>	86
Tabel 4. 10 Uji Validitas <i>Modification Model</i>	88
Tabel 4. 11 Uji Realibilitas <i>Modification Model</i>	89
Tabel 4. 12 Rekap Uji Hipotesis	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Top Brand Index Minuman Penambah Energi Cair.....	3
Gambar 1. 2 Perbandingan Harga Minuman Kratingdaeng dan Minuman Hemaviton Energy Drink	8
Gambar 1. 3 Perbedaan Energi Pada Minuman Kratingdaeng dan Minuman Hemaviton Energy Drink	9
Gambar 1. 4 Inovasi Produk Minuman Hemaviton Energy Drink	11
Gambar 1. 5 Perbandingan Desain Kemasan Botol Minuman Kratingdaeng dan Minuman Hemaviton Energy Drinks	12
Gambar 1. 6 Kerangka Konseptual Penelitian	14
Gambar 3. 1 Kerangka Identifikasi dan Indikator Variabel.....	62
Gambar 4. 1 Model Pengaruh harga, kualitas produk, inovasi produk dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian dan pembelian ulang.....	72
Gambar 4. 2 Pemilihan <i>Matriks</i> dan Estimasi pada AMOS 30.....	78
Gambar 4. 3 <i>Measurement Model</i> Pengaruh harga, kualitas produk, inovasi produk dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian dan pembelian ulang	79
Gambar 4. 4 <i>Structural Model</i> Pengaruh harga, kualitas produk, inovasi produk dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian dan pembelian ulang.....	85
Gambar 4. 5 <i>Modification Model</i> Pengaruh harga, kualitas produk, inovasi produk dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian dan pembelian ulang.....	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pernyataan Pra-Survei	121
Lampiran 2 Kuesioner.....	124
Lampiran 3 Hasil Kuesioner	130
Lampiran 4 <i>Output Measurement Model</i>	135
Lampiran 5 <i>Output Structural Model</i>	144
Lampiran 6 <i>Output Modification Model</i>	157

ABSTRAK

Saat ini persaingan minuman energi di Indonesia menjadi semakin ketat.. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dampak atau pengaruh dari harga, kualitas produk, inovasi produk, serta desain kemasan terhadap keputusan pembelian dan pembelian ulang minuman Kratingdaeng di Surabaya. Metode *Structural Equation Modeling* (SEM) akan digunakan pada penelitian ini dengan pendekatan kuantitatif, sementara proses estimasinya dilakukan menggunakan teknik *Maximum Likelihood* (ML). *Software* yang dipakai pada penelitian kali ini adalah AMOS. Penelitian dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada 110 orang konsumen minuman Kratingdaeng. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga dan desain kemasan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya, kualitas produk dan inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, seluruh variabel bebas, yaitu harga, kualitas produk, inovasi produk, dan desain kemasan, tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang. Selain itu, keputusan pembelian juga tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap pembelian ulang. hasil ini menyatakan bahwa meskipun konsumen memiliki pandangan positif dalam pengambilan keputusan pembelian, hal tersebut belum cukup kuat untuk mendorong terjadinya pembelian ulang. Dengan demikian, strategi pemasaran perlu difokuskan tidak hanya pada upaya menarik pembelian pertama, tetapi juga pada penguatan loyalitas konsumen agar lebih berkelanjutan.

Kata Kunci : Amos; Kratingdaeng; Manajemen; Pemasaran; SEM

ABSTRACT

Currently, competition in the energy drink market in Indonesia is becoming increasingly fierce. The purpose of this study is to examine the impact or influence of price, product quality, product innovation, and packaging design on purchasing and repurchase decisions of Kratingdaeng drinks in Surabaya. The Structural Equation Modeling (SEM) method will be used in this study with a quantitative approach, while the estimation process is carried out using the Maximum Likelihood (ML) technique. The software used in this study is AMOS. The study was conducted by distributing questionnaires to 110 Kratingdaeng drink consumers. The results show that the variables of price and packaging design have a significant and positive influence on purchasing decisions. Conversely, product quality and product innovation do not have a significant influence on purchasing decisions. Meanwhile, all independent variables, namely price, product quality, product innovation, and packaging design, do not have a significant effect on repurchase. In addition, purchasing decisions also do not have a significant influence on repurchase. These results indicate that although consumers have a positive view in making purchasing decisions, this is not strong enough to encourage repeat purchases. Thus, marketing strategies need to be focused not only on efforts to attract first-time buyers, but also on strengthening consumer loyalty for more sustainable results..

Keywords : Amos; Kratingdaeng; Management; Marketing; SEM