

**PENGARUH CITRA MEREK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
MINAT BELI ULANG ES KRIM CAMPINA
DI KABUPATEN SIDOARJO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

ANGGIE CHRISTIAN NUR AHCMADY
18012010045/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2022**

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
MINAT BELI ULANG ES KRIM CAMPINA**

DI KABUPATEN SIDOARJO


Yang diajukan oleh:

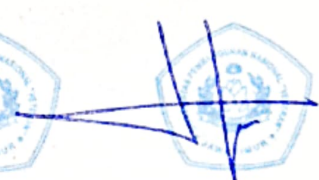
ANGGIE CHRISTIAN NUR AHCMADY
18012010045/ FEB/ EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 26 Juli 2022**

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

Pembimbing Utama


Sulastri Irbayuni, SE,MM
NIP. 196206161989032001


Dra.Ec.Nuruni Ika Kusuma Wardhani, MM.
NIP. 196310091991032001

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Pembangunan "Veteran" Jawa Timur**



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

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anggie Christian Nur Ahmady

NPM 18012010045

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul:

**PENGARUH CITRA MEREK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
MINAT BELI ULANG ES KRIM CAMPINA DI KABUPATEN SIDOARJO**

Merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Surabaya, 05 Agustus 2022

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W, M.M.

NIP. 196310091991032001

Mahasiswa



Anggie Christian Nur Ahmady

NPM. 18012010045



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN , RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
UPT PERPUSTAKAAN

Jl. Raya Rungkut Madya Gunung Anyar, Telp. 8706369 Fax. 8793653, Surabaya
Website : <http://pustaka.upnjatim.ac.id> email : perpustakaan@upnjatim.ac.id

SURAT PERNYATAAN TIDAK PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Angie Christian Nur Ahemady
NPM : 18012010045
Jurusan : Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul : Pengaruh Citra Merek Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Es Krim Campina
Di Kabupaten Sidoarjo

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya Tugas Akhir Saya hanya disimpan dalam bentuk database dan tidak di onlinkan di Repository UPN “Veteran” Jawa Timur
2. Tidak Memberikan Ijin kepada Perpustakaan UPN “Veteran” Jawa Timur mempublikasikan naskah publikasi maupun skripsi di Repository UPN “Veteran” Jawa Timur dikarenakan akan diterbitkan pada :
Journal of Education, Humaniora, and Social Sciences (JEHSS) , Mahesa Research Institute ,yang akan dipublikasikan pada bulan November Tahun 2022.

Surabaya, 05 Agustus 2022

Mengetahui,

Pembimbing Utama

Dra.Ec.Nuruni Ika Kusuma Wardhani, MM.
NIP. 196310091991032001

Yang Menyatakan

Angie Christian N.A
NPM. 18012010045

Usulan Penelitian

**PENGARUH CITRA MEREK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT
BELI ULANG ES KRIM CAMPINA DI KABUPATEN SIDOARJO**

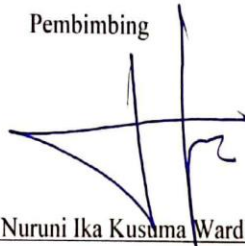
Yang diajukan

ANGGIE CHRISTIAN NUR AHCMADY

18012010045/FEB/EM

Telah disetujui untuk diseminarkan oleh

Pembimbing



Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma Wardhani, MM

NIP. 196310091991032001

tanggal : 20 April 2022

Mengetahui

Koordinator Program Studi



Sulastrir Irbayunir SE, MM

NIP.196206161989032001

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan juga salam senantiasa tercurah kepada Junjungan kita semua Nabi Muhammad SAW. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat-syarat untuk penyelesaian program studi pendidikan strata satu, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan nasional "Veteran" Jawa Timur dengan judul "PENGARUH CITRA MEREK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG ES KRIM CAMPINA DI KABUPATEN SIDOARJO".

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada orang-orang yang penulis hormati dan cintai yang membantu secara langsung maupun tidak langsung selama pembuatan skripsi ini. Saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir.Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, SE., MT selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Ibu Sulastri Irbayuni, SE., MM selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

4. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika W, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, masukan, saran, petunjuk dan perhatian hingga penulisan penelitian ini selesai.
5. Terimakasih kepada orang tua dan adik saya atas segala doa, pengorbanan, dan dukungan yang tiada tara baik secara moril maupun materil .
6. Terimakasih kepada calon mertua saya bapak Ir. Ismu Siam Nugroho dan ibu Istyorini Wahyu Lestari yang dengan kesabaran selalu memberikan motivasi.
7. Terimakasih kepada kekasih saya Danang Wahyu Nugroho, S.T. sudah menjadi penyemangat hingga sampai saat ini.
8. Terimakasih kepada diriku sendiri yang telah menang melawan rasa malas.
9. Terimakasih kepada teman baikku Ferly Arvidia, Arina Manasikana, Almira Zakkiya, Ari Setya Budi dan Salsa Sabillah Suci Maharani.
10. Serta semua pihak yang turut membantu dalam memberikan saran, motivasi dan semangat.

Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Wassalammu 'alaikum Wr. Wb.

Surabaya, Juli 2022

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Usulan Penelitian.....	ii
Kata pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel.....	vi
Daftar Gambar.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Pengertian Citra Merek.....	12
2.2.1.1 Fakor-Faktor Pembentuk Citra Merek.....	14
2.2.1.2 Manfaat Citra Merek.....	14
2.2.1.3 Indikator Citra Merek.....	15
2.2.2 Inovasi Produk.....	17
2.2.2.1 Faktor Inovasi produk.....	18

2.2.2.2	Atribut Inovasi Produk.....	19
2.2.2.3	Indikator Inovasi Produk.....	20
2.2.3	Pengertian Minat Beli Ulang.....	22
2.2.3.1	Faktor Minat Beli Ulang.....	24
2.2.3.2	Indikator Minat Beli Ulang.....	26
2.3	Hubungan antar Variabel Penelitian.....	28
2.3.1	Hubungan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang.....	28
2.3.2	Hubungan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	28
2.4	Kerangka Konseptual.....	29
2.5	Hipotesis.....	29
BAB III.....		30
METODOLOGI PENELITIAN.....		30
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
3.1.1	Definisi Operasional.....	30
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	34
3.2	Teknik Penentuan Sampel.....	35
3.2.1	Populasi.....	35
3.2.2	Sampel.....	35
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.3.1	Jenis Data.....	36
3.3.2	Sumber Data.....	36
3.3.3	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.4	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	37
3.4.1	Uji Validitas.....	37
3.4.2	Uji Reliabilitas.....	37

3.5	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	38
3.5.1	Teknik Analisis Data.....	38
3.5.2	Cara Kerja Smart PLS.....	39
3.5.3	Model Spesifikasi Smart PLS	40
3.5.4	Langkah – Langkah SmartPLS.....	42
BAB IV.....		45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	45
4.2	Deskripsi Penelitian.....	46
4.3	Analisis Data.....	50
4.4	Pembahasan.....	61
BAB V.....		63
PENUTUP		63
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA		64
LAMPIRAN.....		68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perusahaan Yang Memproduksi Es Krim.....	2
Tabel 1.2 Top Brand Index.....	2
Tabel 1.3. Data Penjualan Campina.....	4
Tabel 3. 1 Ketentuan Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Pembelian.....	46
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Domisili.....	46
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Citra Merek.....	47
Tabel 4.4 Frekuensi hasil Jawaban Responden Mengenai Inovasi Produk.....	48
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Minat Beli Ulang	49
Tabel 4.6 Evaluasi Outliner.....	50
Tabel 4.7 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	52
Tabel 4.8 Cross Loadings.....	54
Tabel 4.9 Average Variance Extracted (AVE).....	55
Tabel 4.10 Composite Reliability.....	56
Tabel 4.11 Latent Variable Correlations.....	57
Tabel 4.12 R Square.....	59
Tabel 4.13 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values).....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	29
Gambar 4.1	Outer Model dengan factor loading, Path Coefficient & R-Square....	58

PENGARUH CITRA MEREK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG ES KRIM CAMPINA DI KABUPATEN SIDOARJO

ABSTRAKSI

Oleh:
Anggie Christian Nur Ahcmady
18012010045

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan inovasi produk terhadap minat beli ulang es krim Campina di Kabupaten Sidoarjo. Masalah difokuskan pada citra merek dan inovasi produk dalam merek Campina. Alat ukur yang digunakan adalah skala citra merek, skala inovasi produk dan skala minat beli ulang kepada 100 pelanggan es krim Campina di Kabupaten Sidoarjo dan dilakukan analisis secara kuantitatif dengan metode Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM) dengan pendekatan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara citra merek dan inovasi produk terhadap minat beli ulang es krim Campina di Kabupaten Sidoarjo yang artinya jika citra merek dan Inovasi produk ditingkatkan, maka minat beli ulang juga akan meningkat sebaliknya jika citra merek dan inovasi produk menurun, maka minat beli ulang juga akan menurun. Minat Beli Ulang yang dipengaruhi oleh Citra merek dan Inovasi Produk sebesar 47,71 % Sedangkan sisanya sebesar 52,29 % dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini (selain lain Citra merek dan Inovasi Produk).

Kata Kunci: Citra Merek; Inovasi Produk; Minat Beli Ulang.

This research examines the relationship between brand image and product innovation towards the desire to repurchase Campina ice cream in Sidoarjo Regency. Issues focused on brand image and product innovation within the Campina brand. The measuring instrument used is the brand image scale, product innovation scale, and repurchase intention scale for 100 Campina ice cream customers in Sidoarjo Regency. Quantitative analysis is conducted using the Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the SmartPLS methodology. The results showed a significant positive effect between brand image and product innovation on the intention of repurchasing Campina ice cream in the Sidoarjo Regency. There was mean if the brand image and product innovation increase, repurchase intention will also increase. On the other hand, when the brand image and product innovation decrease, repurchase intention will also decrease. Repurchase intention is influenced by brand image and product innovation for 47.71%, whereas the remaining 52.29% is explained by variables outside the scope of this research (other than brand image and product innovation).

Keywords: Brand Image; Product Innovation; Repurchase Intention.