

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KEMASAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN LE MINERALE
KEMASAN GALON DI JATI PADANG**

PROPOSAL TUGAS AKHIR

MIDDO R SIAGIAN

193402516359



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KEMASAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN LE MINERALE
KEMASAN GALON DI JATI PADANG**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana Manajemen pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nasional

Oleh:

MIDDO R SIAGIAN

193402516359



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

JAKARTA

2024

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam Tugas Akhir ini yang berjudul:

PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KEMASAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN LE MINERALE KEMASAN GALON DI JATI PADANG

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas Akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta:



Middo R Siagian

193402516359

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN


Judul Tugas Akhir : PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA,
DAN KEMASAN TERHADAP MINAT BELI ULANG
KONSUMEN LE MINERALE KEMASAN GALON DI
JATI PADANG

Nama Mahasiswa : MIDDO R SIAGIAN

Nomor Pokok : 193402516359

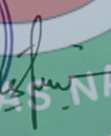
Program Studi : MANAJEMEN

Menyetujui
Pembimbing Tugas Akhir,


(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen,


(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Jakarta:

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA,
DAN KEMASAN TERHADAP MINAT BELI ULANG
KONSUMEN LE MINERALE KEMASAN GALON DI
JATI PADANG

Nama Mahasiswa : MIDDO R SIAGIAN

Nomor Pokok : 193402516359

Program Studi : MANAJEMEN

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui

Pembimbing Tugas Akhir,

(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)

Ketua Penguji,

(Dr. Elwisam, S.E., M.M.)

Anggota/ Penguji,

(Dr. Drs. Sudi Sapta Putra, M.Si., M.Si.M)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

(Prof. Dr. Supriyanto Efendi, S.E., M.B.A., M.M.)

Jakarta:

Tanggal Lulus:

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KEMASAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN LE MINERALE KEMASAN GALON DI JATI PADANG

Oleh:

MIDDO R SIAGIAN

193402516359

Tugas Akhir ini dibawah bimbingan Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kemasan terhadap Minat Beli Ulang konsumen Le Minerale Kemasan Galon di Jati Padang. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden berdasarkan Rumus Yamane. Penelitian ini menggunakan data premier dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 orang responden. Teknik analisis data menggunakan inferensial dengan regresi linier berganda. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang, Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang, dan Kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang.

Kata Kunci: Citra Merek, Persepsi Harga, Kemasan, dan Minat Beli Ulang

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE PERCEPTION AND PACKAGING ON CONSUMER REPURCHASE INTENTION OF LE MINERALE GALLON PACKAGING IN JATI PADANG

By:

MIDDO R SIAGIAN

193402516359

This final assignment is under the guidance of Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.

This research aims to analyze the influence of brand image, price perception and packaging on repurchase interest among consumers of Le Minerale Gallon Packaging in Jati Padang. The sample in this study was 100 respondents based on the Yamane Formula. This research uses premier data with data collection methods through questionnaires distributed to 100 respondents. The data analysis technique uses inferential multiple linear regression. The results obtained in this research are that Brand Image has a positive and significant effect on Repurchase Intention, Price Perception has a positive and significant effect on Repurchase Intention, and Packaging has a positive and significant effect on Repurchase Intention.

Keywords: Brand Image, Price Perception, Packaging, and Repurchase Intention



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA DIRI

1. Nama Lengkap : Mido R Siagian
2. Tempat, Tanggal Lahir : Banuahuta, 3 Agustus 2001
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki
4. Alamat : Jl. Pejaten Raya No.38c 9, RT.9/RW.10, Jati Padang, Ps. Minggu, Jakarta Selatan
5. No. Handphone : 081376008221
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Kristen Protestan
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : siagianmindo18@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2007 – 2013 : SD Banuahuta
2. Tahun 2013 – 2016 : SMPN 2 Sigumpar
3. Tahun 2016 – 2019 : SMAN 1 Silaen
4. Tahun 2019 – 2024 : Universitas Nasional Jakarta



Jakarta, 3 Februari 2024

Mido R Siagian

193402516359

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Le Minerale Kemasan Galon Di Jati Padang dengan baik. Tujuan penyusunan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penyusunan Tugas Akhir ini tentunya penulis mengalami hambatan baik yang bersifat teknis maupun yang lainnya. Namun berkat dukungan, kerjasama, dorongan semangat dan bantuan dari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan kerendahan hati, rasa kasih sayang penulis, dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. EL Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Suryono Efendi., S.E., M.B.A., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M, selaku Wakil dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing saya dan yang saya hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memeberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.
7. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama menjadi mahasiswa FEB UNAS.
8. Untuk kedua Orangtua penulis Bapak Luhut Siagian dan Ibu Roni Purba, terima kasih saya yang sebesar-besarnya atas setiap doa yang dipanjatkan, usaha, kesabaran, waktu, serta kasih sayang yang sangat berlimpah kepada saya. Moral dan Materi yang diberikan kepada saya akan kelak menjadi modal untuk berjuang sehingga akhir hayat nanti agar menjadi kebanggaan keluarga.
9. Untuk keluarga saya yang tidak bisa saya sebut satu persatu namanya, terima kasih atas semua doa yang telah diberikan dan atas suportnya.

10. Untuk Bilal Fantoni, Saiful Anwar, Fadel Ar Rahim, Aldi, Dimas Syaeful, Reni, Syifa Mutiara, Salma, serta rekan-rekan penulis lainnya yang tidak bisa disebutkan. Terima kasih atas waktu, momen, suka, duka yang telah dilalui bersama. Semoga tali silaturahmi ini tidak terputus.
11. Untuk pihak responden yang ada di Jati Padang yang telah berkontribusi dan meluangkan waktunya serta memberikan informasi seputar penelitian ini, saya ucapkan terima kasih banyak.
12. Untuk pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dan memberikan dukungan selama penulisan skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapat balasan berlipat ganda dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini baik dalam teknik penyusunan maupun dalam pembahasan. Demi kesempurnaan Tugas Akhir ini saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti kepada pihak membutuhkan.

Terima kasih



Penulis,

Middo R Siagian

193402516359

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Market Share AMDK Bermerek Indonesia	2
Gambar 2.1 Kerangka Analisis	31
Gambar 3.1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	44
Gambar 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Melakukan Pembelian Le Minerale Kemasan Galon	45

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	26
Tabel 3. 1 Skala Likert	35
Tabel 3. 2 Defenisi Operasional	36
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4. 2 Karakterisrik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Membeli Le Minerale Kemasan Galon	45
Tabel 4. 4 Tabel Skor Mean Variabel Citra Merek	46
Tabel 4. 5 Tabel Skor Mean Variabel Persepsi Harga	46
Tabel 4. 6 Tabel Skor Mean Variabel Kemasan (X3).....	47
Tabel 4. 7 Tabel Skor Mean Variabel Minat Beli Ulang (Y)	48
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4. 9 Hasil Uji Realibilitas	50
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	51
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4. 12 Uji Autokorelasi	53
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heterokedastisitas	54
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4. 15 Hasil Uji F	56
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien (Determinasi)	57
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	57

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I.....	0
PENDAHULUAN.....	0
A. Latar Belakang Masalah	0
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	3
1. Tujuan Penelitian	3
2. Kegunaan Penelitian	4
BAB II	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Manajemen Pemasaran	5
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	5
2. Strategi Pemasaran	5
3. Tujuan Manajemen Pemasaran.....	5
B. Minat Beli Ulang	8
1. Pengertian Minat Beli Ulang	8
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang	10
3. Indikator Minat Beli Ulang	12
C. Citra Merek	13
1. Pengertian Citra Merek	13
2. Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek	13
3. Indikator Citra Merek	14
D. Persepsi Harga.....	16

1.	Pengertian Harga	16
2.	Strategi Penetapan Persepsi Harga	17
3.	Tujuan Strategi Penetapan Persepsi Harga.....	19
4.	Indikator Persepsi Harga	20
E.	Kemasan.....	21
1.	Pengertian Kemasan	21
2.	Fungsi kemasan Dan Kegunaan Kemasan.....	22
3.	Indikator Kemasan.....	23
F.	Keterkaitan Antar Variable Penelitian.....	24
1.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang.....	24
2.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang	25
3.	Pengaruh Kemasan Terhadap Minat Beli Ulang	25
G.	Hasil Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	26
H.	Kerangka Analisis	30
I.	Hipotesis	31
BAB III.....		33
METODE PENELITIAN		33
A.	Objek Penelitian	33
B.	Data Penelitian	33
1.	Sumber Dan Jenis Data Penelitian	33
2.	Populasi Dan Sampel.....	33
1.	Metode Dan Alat Pengumpulan Data.....	34
C.	Defenisi Operasional Variabel	35
D.	Metode Analisis Dan Pengujian Hipotesis	37
1.	Metode Analisis.....	37
2.	Pengujian Hipotesis (Uji t).....	41
BAB IV		42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		42
A.	Hasil Penelitian.....	42
1.	Deskripsi Data Penelitian	42
2.	Karakteristik Responden.....	42
3.	Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	45
B.	Pembahasan	58
1.	Pengujian Hipotesis Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang	59

2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang	59
3. Pengaruh Kemasan Terhadap Minat Beli Ulang	60
BAB V	62
KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	0
LAMPIRAN	3

