

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI ULANG
PRODUK RAKET LI-NING DI DKI JAKARTA**

TUGAS AKHIR

MOHAMMAD GALIH SAPUTRA

213402516159



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

2025

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI ULANG
PRODUK RAKET LI-NING DI DKI JAKARTA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh:

MOHAMMAD GALIH SAPUTRA

213402516159



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

2025

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK RAKET LI-NING DI DKI JAKARTA

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 19 Februari 2025



Mohammad Galih Saputra

NPM: 213402516159

LEMBAR PERSETUJUAN

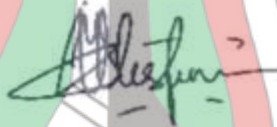
Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK RAKET LINING DI DKI JAKARTA**

Nama Mahasiswa : Mohammad Galih Saputra

Nomor Pokok : 213402516159

Program Studi : Manajemen

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir



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

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen,



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

Jakarta, 27 Februari 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK RAKET LINING DI DKI JAKARTA**

Nama Mahasiswa : Mohammad Galih Saputra

Nomor Pokok : 213402516159

Program Studi : Manajemen



Dr. Rahayu Lestari, SE., M.M.

Dr. Ian Zulfikar, M.Si.

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,

Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M

Jakarta: 27 Feb 2025

Tanggal lulus: 27 Feb 2025

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOTUH* TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK RAKET LI-NING DI DKI JAKARTA

Oleh:

MOHAMMAD GALIH SAPUTRA

NPM: 213402516159

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas produk *brand image* dan *word of mouth* terhadap minat beli ulang produk raket Li-Ning di DKI Jakarta. Analisis deskriptif dan inferensial digunakan dalam proses analisis. Subyek penelitian adalah pengguna raket Li-Ning yang tergabung dalam komunitas Badminton Jakarta yang berjumlah 100 orang, dan pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Data penelitian ini merupakan data primer yang diolah menggunakan spss 23 setelah disebar melalui survei. Penelitian ini telah menguji terhadap item pernyataan yang dinyatakan valid dan reliabel. Oleh karena itu, dapat disimpulkan pada penelitian ini variabel kualitas produk dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli ulang. Namun, variabel *brand image* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: Kualitas Produk, *Brand Image*, *Word Of Mouth*, Minat Beli Ulang

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND WORD OF MOTUH ON THE INTEREST IN REPURCHASING LI-NING RACKET PRODUCTS IN DKI JAKARTA

By:

MOHAMMAD GALIH SAPUTRA

NPM: 213402516159

The purpose of this study is to examine the influence of product quality brand image and word of mouth on the interest in repurchasing Li-Ning racket products in DKI Jakarta. Descriptive and inferential analysis is used in the analysis process. The subject of the study was Li-Ning racket users who were members of the Jakarta Badminton community totaling 100 people, and data collection was carried out through a questionnaire. This research data is primary data processed using spss 23 after being distributed through a survey. This study has tested statement items that are declared valid and reliable. Therefore, it can be concluded in this study that the product quality and word of mouth variables have a positive and significant effect on the repurchase interest variable. However, the brand image variable did not have a positive and significant effect on repurchase interest.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Word Of Mouth, Repurchase Interest

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan. Penyusunan Tugas Akhir ini yang berjudul "**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK RAKET LI-NING DI DKI JAKARTA**" dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Prodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penyusunan Tugas Akhir ini penulis tentunya 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, 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. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
5. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati, yang telah memberikan arahan serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih saya sampaikan atas kesabaran dan dedikasi beliau dalam memberikan masukan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan 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 EFB UNAS.
8. Untuk ibuku, Tini Soekarto Tino, orang tua yang hebat dalam mendidik penulis menjadi orang yang hebat, selalu menjadi contoh baik dan bagaimana cara untuk berjuang. Terima kasih atas segala dukungan, semangat serta nasehat yang senantiasa mengiringi perjalanan akademik penulis. Tanpa doa dan restu ibu, pencapaian ini tidak akan terwujud. Semoga segala kebaikan dan ketulusan ibu senantiasa mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.
9. Kepada Alm. Bapak Sulardi selaku orang tua yang menjadi teladan dalam keteguhan, kerja keras dan segala usaha yang telah diberikan. Nilai-nilai yang beliau tanamkan selalu menjadi fondasi utama untuk menghadapi tantangan di setiap harinya semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan tempat terbaik di sisi-Nya untuk ayah. Doa saya selalu menyertai ayah, sebagai wujud rasa terima kasih dan cinta yang tak akan pernah pudar.
10. Kepada Sarno selaku ayah angkat penulis, terima kasih atas segala dukungan pengorbanan, dan kesempatan berharga yang telah ayah berikan. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan dalam hidup.
11. Kepada Hanifah Rahmahwati yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat tanpa henti, Terima Kasih telah menjadi support system yang baik, sumber inspirasi yang membuat penulis percaya bahwa tantangan dapat dihadapi bersama. Terima kasih sudah hadir disetiap proses penulis.
12. Kepada adik sepupu saya Eka Setyaningrum dan Erwin Dwi Adji Pratomo yang telah menjadi kakak sekaligus teman dari penulis. Terima kasih telah

mendukung kelancaran skripsi ini. Semoga segala kebaikanmu mendapatkan balasan yang berlipat ganda dan keberkahan dalam setiap langkah hidupmu.

13. Kepada Sobrut (Langgeng, Rasid, Shandy, Dimas, Umar, Gema dan Alvin) yang telah menjadi sahabat dari awal semester hingga saat ini. Terima kasih atas kebersamaan terimakasih telah mengajak ke hal yang baik, sudah tidak terhitung berapa banyak lapangan, warkop, dan tempat yang kita datangi selama ini. Semoga kita bisa menyelesaikan ini secara bersama-sama, dan terus bersama.

14. Kepada MZT (Tono, Perdy, Abdul, Jaka, Indra dan Egy) yang selalu ada dalam suka dan duka. Terima kasih atas setiap tawa, dukungan, dan semangat yang kalian berikan sejak dulu hingga sekarang. Kalian bukan hanya sahabat, tapi teman seperjuangan yang selalu ada di setiap perjalanan hidup saya. Semoga kebersamaan dan persahabatan kita tetap erat dan penuh makna selamanya.

15. Kepada Manchester United, klub yang mengajarkan arti loyalitas dan semangat bagi penulis, baik dalam kemenangan maupun kekalahan. Meskipun akhir-akhir ini perjalanan penuh tantangan, rasa bangga dan dukungan saya tetap tidak berubah. Semoga kejayaan segera kembali, dan kita bisa melihat United bangkit lebih kuat. Glory, Glory, Man United!"

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan dikarenakan terbatasnya pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dalam menyempurnakan penulisan Tugas Akhir ini sehingga dapat bermamfaat bagi penulis dan pembaca sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Warahmatulahi Wabarakatuh.

Penulis,

Mohammad Galih Saputra

213402516159

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
<i>ABSTRACT</i>	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Pemasaran.....	7
B. Bauran Pemasaran.....	8
C. Kualitas Produk.....	9
D. <i>Brand Image</i>	15
E. <i>Word of mouth</i>	17
F. Minat Beli Ulang.....	20
G. Keterkaitan Antar Variabel.....	23
H. Penelitian Terdahulu.....	24
I. Kerangka Analisis.....	30
J. Hipotesis.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
A. Objek Penelitian.....	32
B. Definisi Operasional.....	35
C. Metode Analisis Hipotesis.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Hasil Penelitian.....	42
B. Pembahasan.....	61

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Raket Badminton 2020-2024.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert.....	35
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	46
Tabel 4.4 Total Skor Mean Kualitas Produk.....	48
Tabel 4.5 Total Skor Mean <i>Brand Image</i>	49
Tabel 4.6 Total skor <i>Mean Word Of Mouth</i>	50
Tabel 4.7 Total Skor Mean Minat Beli Ulang.....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.13 Uji Autokorelasi.....	57
Tabel 4.14 Uji Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4.15 Uji F	59
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59
Tabel 4.17 Uji t	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jenis Olahraga Rutin yang dipilih Masyarakat Indonesia (22-28 April 2024).....	1
Gambar 1.2 Data Top Brand Raket Badminton	2
Gambar 2.1 Kerangka Analisis	30
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	45
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Pendapatan.....	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Responden

Lampiran 2 Data Tabulasi

Lampiran 3 *output SPSS*

Lampiran 4: Laporan Hasil Bimbingan

Lampiran 5: Hasil Turnitin

