

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP PEMBELIAN ULANG KOPI TUKU GULA AREN DI JAKARTA
SELATAN TAHUN 2021-2023**

TUGAS AKHIR

Oleh:

GALIH RAMADHAN

183112340250115



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP PEMBELIAN ULANG KOPI TUKU GULA AREN DI JAKARTA
SELATAN TAHUN 2021-2023**

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

Oleh:

GALIH RAMADHAN

183112340250115



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PEMBELIAN ULANG KOPI TUKU GULA AREN DI JAKARTA SELATAN TAHUN 2021-2023

Merupakan gagasan dan hasil dari penelitian penulis, kecuali yang jelas pada rujukannya. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis diperguruan tinggi lain. Semua data serta informasi yang dipergunakan dinyatakan secara jelas serta bisa diperiksa kebenarannya.



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PEMBELIAN ULANG KOPI TUKU GULA AREN DI JAKARTA SELATAN TAHUN 2021-2023**

Nama Mahasiswa : **Galih Ramadhan**

Nomor Pokok : **183112340250115**

Program Studi : **Manajemen**



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PEMBELIAN ULANG KOPI TUKU GULA AREN DI JAKARTA SELATAN TAHUN 2021-2023**

Nama Mahasiswa : **Galih Ramadhan**

Nomor Pokok : **183112340250115**

Program Studi : **Manajemen**

**Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi**

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir,

(Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.SiM.)

Ketua Penguji,

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

Anggota/Penguji

(Dr. Ian Zulfikar, M. SL)

Mengetahui

Dekan,

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

Jakarta: Agustus 2022

Tanggal Lulus: Agustus 2025

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PEMBELIAN ULANG KOPI TUKU GULA AREN DI JAKARTA SELATAN TAHUN 2021-2023

Oleh:

Galih Ramadhan

Npm: 183112340250115

Skripsi, dibawah bimbingan Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan promosi terhadap pembelian ulang kopi susu gula aren di Kopi Tuku, Jakarta Selatan, selama tahun 2021-2023. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data primer melalui kuesioner yang diberikan kepada pelanggan. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi harga, dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang. Kualitas produk yang baik meningkatkan kepercayaan pelanggan, sementara persepsi harga yang dianggap adil dan kompetitif mendorong niat beli ulang. Promosi yang menarik dan teratur juga diakui sebagai faktor yang penting dan berperan dalam meningkatkan minat beli konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan penjualan di Kopi Tuku, serta menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Pembelian Ulang

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTIONS, AND PROMOTIONS ON REPEAT PURCHASES OF PALM SUGAR KOPI TUKU AT SOUTH JAKARTA DURING THE YEARS 2021-2023

By:

Galih Ramadhan

Npm : 183112340250115

Thesis, under the guidance of Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M.

This research aims to analyze the influence of product quality, price perception, and promotions on repeat purchases of sugar palm milk coffee at Kopi Tuku, South Jakarta, during the years 2021-2023. The study employs a quantitative approach with primary data collection through questionnaires distributed to customers. The collected data were analyzed using SPSS software. The findings indicate that product quality, price perception, and promotions have a positive and significant impact on the decision to make repeat purchases. High product quality enhances customer trust, while a perceived fair and competitive price encourages repeat purchasing intentions. Additionally, engaging and regular promotions are recognized as crucial factors for increasing consumer buying interest. This research is expected to contribute to the development of marketing strategies and sales improvements at Kopi Tuku, as well as serve as a reference for future studies.

Keywords : Product Quality, Price Perceptions, Promotions, and Repeat Purchases

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, hidayah, dan berkah-Nya, yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, serta kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Pembelian Ulang Kopi Tuku Tahun 2021-2023." Penulisan ini banyak menghadapi kendala serta permasalahan dari banyak faktor Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional, yang telah memimpin dan memberikan fasilitas yang memadai selama masa studi penulis.
2. Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nasional, yang telah mendukung dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar di Fakultas Ekonomi.
3. Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nasional, yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan kepada penulis selama perkuliahan.
4. Dr. Resti Hardin, S.E., M.Si., selaku Kepala Program Studi Ekonomi Pembangunan, yang telah memberikan dukungan penuh serta bimbingan yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M. Si., M., selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dalam menyusun skripsi ini, serta memberikan ilmu yang sangat berharga.
6. Segenap dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Nasional, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan motivasi selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua dan kakak tercinta, yang selalu memberikan dukungan, doa, serta cinta tanpa henti, yang menjadi sumber motivasi dan kekuatan penulis dalam setiap langkah perjuangan.
8. Terima kasih untuk Dhatu Paragya, S.T., M.T., selaku teman setia yang selalu membantu dan memotivasi penulis dalam setiap proses pembuatan skripsi ini.
9. Terima kasih untuk Prof. Dr. I Ketut Surajaya, S.S., M.A., yang telah menginspirasi penulis melalui buku dan puisinya yang sarat makna, memberi wawasan yang sangat berarti.

10. Terima kasih untuk semua Tenaga Pendidik Bangsa, yang senantiasa memberikan referensi, ilmu, motivasi, sendari Sekolah Dasar hingga Perguruan Tinggi sehingga penulis dapat terus maju dan berfikir.

11. Terima kasih untuk Jessica Stevani Poaler, yang senantiasa memberikan referensi, dukungan, serta motivasi, sehingga penulis dapat terus maju dalam menyelesaikan penelitian ini.

12. Terima kasih untuk Sahabat MTB dan teman-teman yang dikenal penulis dan teman teman perkuliahan penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan kebersamaan yang sangat berarti selama perjalanan studi.

13. Terima kasih untuk Para responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini, yang sangat membantu dalam penyelesaian penelitian.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan penelitian ini di masa yang akan datang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi dan pemasaran.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan dan kerendahan hati penulis dan tanpa peran serta semua pihak di atas, skripsi ini tidak akan pernah terwujud. Semoga penelitian ini bisa memberi manfaat untuk ilmu pengetahuan kedepannya, khususnya untuk penulis dan pembaca di kemudian hari.

Jakarta, Agustus 2025

Penulis

Galih Ramadhan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Manajemen Pemasaran.....	6
B. Kualitas Produk.....	7
1. Definisi Kualitas Produk	7
2. Indikator Kualitas Produk	8
C. Persepsi Harga.....	9
1. Definisi Persepsi Harga	9
2. Indikator Persepsi Harga	10
D. Promosi.....	11
1. Definisi Promosi.....	11
2. Indikator Promosi.....	12
E. Pembelian Ulang.....	12
1. Definisi Pembelian Ulang	12
2. Indikator Pembelian Ulang.....	13
F. Keterkaitan Antara Variabel Penelitian	14
1. Hubungan Kualitas Produk terhadap Pembelian Ulang.....	14
2. Hubungan Persepsi Harga terhadap Pembelian Ulang.....	14

3. Hubungan Promosi terhadap Pembelian Ulang	14
G. Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	17
H. Kerangka Analisis	19
I. Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Objek Penelitian	21
B. Data Penelitian	22
1. Sumber Data Dan Jenis Data	22
2. Populasi dan Sampel	23
3. Metode dan Alat Pengumpulan Data	25
D. Definisi Operasional Variabel	26
E. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	27
F. Uji Instrumen	28
1. Uji Validitas	28
2. Uji Reliabilitas	29
G. Uji Asumsi Klasik	29
1. Uji Normalitas	29
2. Uji Multikolinearitas	30
3. Uji Heterokedastisitas	30
4. Uji Autokorelasi	30
H. Kelayakan Model	31
1. Uji F	31
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	31
3. Uji Hipotesis (Uji t)	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Hasil Penelitian	33
1. Deskripsi Objek Penelitian	33
2. Karakteristik Responden	33
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	35
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	38
a. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	38
b. Analisis Inferensial	43
c. Uji Instrumen	44
1) Uji Validitas	44
2) Uji Reliabilitas	47
d. Uji Asumsi Klasik	47

1) Uji Normalitas	47
2) Uji Autokorelasi	48
3) Uji Heterokedastisitas	49
4) Uji Multikolinearitas	50
e. Uji Kelayakan Model	50
1) Uji F	50
2) Uji Koefisien Determinasi (R^2)	51
f. Pengujian Hipotesis	52
1) Uji t	52
B. Pembahasan	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	65
LAMPIRAN TABULASI	66



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Sumber Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Rencana Penelitian.....	21
Tabel 3.2 Skor Jawaban Kuisisioner.....	26
Tabel 3.3 Definisi Operasional.....	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	37
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	38
Tabel 4.5 Total Mean Data Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1).....	40
Tabel 4.6 Total Mean Data Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X2)	41
Tabel 4.7 Total Mean Data Deskriptif Variabel Promosi (X3)	42
Tabel 4.8 Total Mean Data Deskriptif Variabel Pembelian Ulang (Y).....	43
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Angket Kualitas Produk	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Angket Persepsi Harga	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Angket Promosi	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Angket Pembelian Ulang	47
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi	50
Tabel 4.17 Hasil Uji Heterokedastisitas	50
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.19 Hasil Uji F	52
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Feterminasi (R^2)	52
Tabel 4.21 Hasil Uji t	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Produksi Kopi Indonesia	3
Gambar 2.1 Kerangka Analisis.....	19
Gambar 4.1 Diagram Persentasi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Gambar 4.2 Diagram Persentasi Berdasarkan Usia.....	36
Gambar 4.3 Diagram Persentasi Berdasarkan Pendapatan.....	38
Gambar 4.4 Diagram Persentasi Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Karakteristik Responden.....	65
Lampiran 2 Data Responden.....	68
Lampiran 3 Hasil Tanggapan Responden	75
Lampiran 4 Output Hasil Olahan SPSS.....	87

