

**PENGARUH CITA RASA,CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA KELANTING SINGKONG
YANTI DI DUSUN BARAS DESA KARANGMULYO KECAMATAN
SUDIMORO KABUPATEN PACITAN**

TUGAS AKHIR

INSANU MUTAKIM

183112340240252



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2022**

**PENGARUH CITA RASA,CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA KELANTING SINGKONG
YANTI DI DUSUN BARAS DESA KARANGMULYO KECAMATAN
SUDIMORO KABUPATEN PACITAN**

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

INSANU MUTAKIM

183112340240252



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2022**

LEMBAR PERNYATAAN

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

**PENGARUH CITA RASA, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA KELANTING SINGKONG
YANTI DI DUSUN BARAS DESA KARANGMULYO KECAMATAN
SUDIMORO KABUPATEN PACITAN**

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

Jakarta, 22 Juli 2022



UNIVERSITAS NASIONAL

Insanu Mutakim

183112340240252

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Cita Rasa, Citra Merek Dan Harga Terhadap
Minat Beli Ulang Konsumen Pada Kelanting Singkong
Yanti Di Dusun Baras Desa Karangmulyo Kecamatan
Sudimoro Kabupaten Pacitan

Nama Mahasiswa : Insanu Mutakim

Nomor Pokok : 183112340240252

Program Studi : Manajemen



Jakarta:

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir :Pengaruh Cita Rasa,Citra Merek Dan Harga Terhadap
Minat Beli Ulang Konsumen Pada Kelanting Singkong
Yanti Di Dusun Baras Desa Karangmulyo Kecamatan
Sudimoro Kabupaten Pacitan

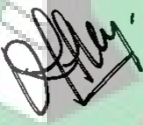
Nama Mahasiswa : Insanu Mutakim

Nomor Pokok : 183112340240252

Program Studi : Manajemen


Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,


Olivia Yolanda, S.E.,M.M

Ketua Penguji

Anggota / Penguji,


Dr. Sugito Efendi, SE., M.Si.


Dr. Suryono Efendi, S.E.,MM

Mengetahui
Dekan,

Kurnia Dikonseseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D

v

ABSTRAK

PENGARUH CITA RASA,CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA KELANTING SINGKONG YANTI DI DUSUN BARAS DESA KARANGMULYO KECAMATAN SUDIMORO KABUPATEN PACITAN

Oleh :

Insanu Mutakim

Npm: 183112340240252

Tugas akhir dibawah bimbingan Olivia Yolanda,S.E,.M.M

. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis. Hasil penelitian dengan menggunakan data primer dalam bentuk kuesioner kepada 100 responden menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara cita rasa dan minat beli ulang konsumen, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek dan minat beli ulang konsumen terdapat pula pengaruh positif dan signifikan antara harga dan minat beli ulang konsumen Hal ini menunjukkan bahwa cita rasa,citra merek dan semakin baik maka akan berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen yang lebih baik lagi.

Kata kunci : cita rasa,citra merek ,harga, minat beli ulang konsumen

ABSTRACT

THE EFFECT OF TASTE, BRAND IMAGE AND PRICES ON CONSUMER BUYING INTEREST AT KELANTING CASSAVA YANTI IN BARAS HAMLET, KARANGMULYO VILLAGE, SUDIMORO DISTRICT, PACITAN REGENCY

By:

Insanu Mutakim

Npm: 183112340240252

The Final Project Under Supervision of Olivia Yolanda, S.E.,M.M

This study aims to analyze. The results of the study using primary data in the form of a questionnaire to 100 respondents showed the results that there was a positive and significant influence between taste and consumer repurchase interest, there was a positive and significant influence between brand image and consumer repurchase interest there was also a positive and significant influence between price and consumer repurchase interest This shows that the taste, brand image and the better it will affect the consumer's repurchase interest which is even better.

Keywords: taste, brand image, price, consumer repurchase interest



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

Nama : Insanu Mutakim
NPM : 183112340240252
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat, Tanggal Lahir : Pacitan, 03 September 1999
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2006-2012 : SDN Karangmulyo 1
2. 2012-2015 : SMPN 2 Sudimoro
3. 2015-2018 : SMKN 1 Pacitan
4. 2018-2022 : Universitas Nasional

Demikian daftar riwayat hidup saya buat dengan sebenar-benarnya

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 CITA RASA,CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA KELANTING SINGKONG YANTI DI DUSUN BARAS DESA KARANGMULYO KECAMATAN SUDIMORO KABUPATEN PACITAN”** dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional dalam 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 Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., MM. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Olivia Yolanda,S.E.,M.M.selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, dan juga memberi arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada

anak didiknya sehingga bias tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.

Dengan selesainya penyusunan tugas akhir ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi amanah dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, maka penulis berterima kasih apabila di antara pembaca ada yang memberikan saran dan kritikan yang sifatnya membangun guna memperluas wawasan penulisan sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	2
A. Latar Belakang	2
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan teori	7
1. Manajemen Pemasaran.....	8
1.1 Pengertian Pemasaran	8
1.2 Konsep Pemasaran	8
1.3 Bauran Pemasaran.....	9
2. Cita Rasa	10
2.1 Pengertian cita rasa	10
2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi cita rasa	10
2.3 Indikator cita rasa.....	11
3. Citra Merek	11
3.1 Pengertian Citra merek	12
3.2 Fungsi Citra Merek	12
3.3 Indikator Citra merek.....	12
4. Harga.....	13
4.1 Pengertian Harga.....	13

4.2	Faktor – Faktor Harga.....	14
4.3	Indikator Harga.....	15
4.4	Tujuan Penetapan Harga.....	16
5.	Minat Beli Konsumen.....	17
5.1	Pengertian Minat beli ulang.....	17
5.2	Faktor yang mempengaruhi minat pembelian ulang.....	18
5.3	Indikator minat beli ulang.....	18
B.	Keterkaitan antar variabel penelitian.....	19
1.	Cita rasa berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen.....	19
2.	Citra Merek Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen.....	20
3.	Harga Berpengaruh Terhadap Minat beli Konsumen.....	20
C.	Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	21
D.	Kerangka Analisis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....		24
A.	Objek Penelitian.....	24
B.	Data Penelitian.....	24
1.	Sumber Data dan Jenis Data.....	24
2.	Populasi dan Sampel.....	25
3.	Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	26
C.	Definisi Operasional Variabel.....	26
D.	Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	28
1.	Metode Analisis.....	28
2.	Uji Instrumen Penelitian.....	28
3.	Uji Asumsi Klasik.....	29
4.	Uji Regresi Berganda.....	30
5.	Uji Kelayakan Model.....	31
BAB IV.....		32
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		32
A.	Hasil Penelitian.....	32
1.	Deskripsi Data Penelitian.....	32
2.	Karakteristik Responden.....	33
3.	Analisis Deskriptif.....	38

4.	Hasil Uji Kelayakan Instrumen	43
5.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	45
6.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	47
7.	Hasil Pengujian Hipotesis	48
B.	Pembahasan.....	52
1.	Cita Rasa terhadap Minat Beli Ulang Konsumen.....	52
2.	Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang.....	52
3.	Harga terhadap Minat Beli Ulang	53
BAB V.....		55
KESIMPULAN DAN SARAN.....		55
A.	Kesimpulan	55
B.	Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA		57
LAMPIRAN.....		60



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Kelanting Singkong Yanti tahun 2019-2022.....	4
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian yang Relevan sebagai Rujukan Penelitian.....	21
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	27
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia	34
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	35
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan pekerjaan	36
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	37
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Perhitungan Variabel Cita Rasa	38
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Perhitungan Variabel Citra Merek	39
Tabel 4. 8 Rekapitulasi Perhitungan Variabel Harga	41
Tabel 4. 9 Rekapitulasi Perhitungan Variabel Minat Pembelian Ulang Konsumen	42
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4. 12 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	46
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinieritas	46
Tabel 4. 14 Analisis Regresi Linier Berganda	47
Tabel 4. 15 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	49
Tabel 4. 16 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	49
Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Analisis	23
Gambar 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Gambar 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	35
Gambar 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	36
Gambar 4. 4 Karakteristik Berdasarkan pekerjaan	37
Gambar 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	38
Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47

