

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPUASAN KONSUMEN,  
KEPERCAYAAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI  
ULANG PRODUK KANZLER FROZEN FOOD (STUDI KASUS TOKO  
CEMERLANG FROZEN FOOD)**

**TUGAS AKHIR**

**MOCHAMMAD WAFIE ARSYAD**

**193402516363**



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

**JAKARTA**

**2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPUASAN KONSUMEN,  
KEPERCAYAAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI  
ULANG PRODUK KANZLER FROZEN FOOD (STUDI KASUS TOKO  
CEMERLANG FROZEN FOOD)**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar sarjana manajemen pada

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Nasional

**MOCHAMMAD WAFIE ARSYAD**

**193402516363**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS NASIONAL**

**JAKARTA**

**2023**

## LEMBAR PERNYATAAN

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPUASAN KONSUMEN,  
KEPERCAYAAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI  
ULANG PRODUK KANZLER FROZEN FOOD (STUDI KASUS TOKO  
CEMERLANG FROZEN FOOD)**

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

Jakarta, 05 Februari 2023



**MOCHAMMAD WAFIE ARSYAD**  
NPM : 193402516363

UNIVERSITAS NASIONAL

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPUASAN KONSUMEN, KEPERCAYAAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK KANZLER FROZEN FOOD (STUDI KASUS TOKO CEMERLANG FROZEN FOOD)**

**Nama Mahasiswa : MOCHAMMAD WAFIE ARSYAD**

**Nomor Pokok : 193402516363**

**Program Studi : MANAJEMEN**

**Menyetujui  
Pembimbing,**

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

**Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen,**

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

Jakarta, 26 November 2022

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPUASAN KONSUMEN, KEPERCAYAAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK KANZLER FROZEN FOOD (STUDI KASUS TOKO CEMERLANG FROZEN FOOD)

Nama Mahasiswa : MOHAMMAD WAFIE ARSYAD

Nomor Pokok : 193402516363

Program Studi : MANAJEMEN

Mengesahkan

Pembimbing Tugas Akhir,

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

Ketua/Penguji

Anggota/Penguji

(Dr. Suryono Efendi, S.E., M.M.)

(Dr. Irma Setyawati S, S.E., M.M.)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

(Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

Jakarta, 2023

Tanggal Lulus

2023

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPUASAN KONSUMEN, KEPERCAYAAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK KANZLER FROZEN FOOD (STUDI KASUS TOKO CEMERLANG FROZEN FOOD)**

Oleh:

MOCHAMMAD WAFIE ARSYAD

NPM : 193402516363

Tugas akhir dibawah bimbingan bapak Dr.Elwisam,S.E.,M.M.

Penelitian dengan tujuan menganalisis pengaruh faktor kualitas produk, kepuasan konsumen, kepercayaan dan citra merek terhadap minat beli ulang pada produk Kanzler Frozen Food (Studi Kasus Toko Cemerlang Frozen Food). Hasil penelitian ini dengan menggunakan data primer dalam bentuk kuesioner kepada 100 responden, menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas produk, kepuasan konsumen, kepercayaan, dan citra merek terhadap minat beli ulang di toko cemerlang frozen food.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Kepercayaan, Citra Merek,dan Minat Beli Ulang.

## ABSTRACT

### **THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, CUSTOMER SATISFACTION, TRUST, AND BRAND IMAGE ON INTEREST TO REPURCHASE KANZLER FROZEN FOOD PRODUCTS ( CASE STUDY CEMERLANG FROZEN FOOD STORE)**

By:

MOCHAMMAD WAFIE ARSYAD

NPM : 193402516363

*The final assignment under the guidance of Dr.Elwisam,S.E.,M.M.*

*Research with the aim of analyzing the influence of product quality factors, consumer satisfaction, trust and brand image on repurchase intention on Kanzler Frozen Food products (Case Study of Cemerlang Frozen Food Stores). The results of this 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 the variables of product quality, consumer satisfaction, trust, and brand image on repurchase intention at the Cemerlang Frozen Food store.*

*Keywords: Product Quality, Consumer Satisfaction, Trust, Brand Image, and Repurchase Intention.*

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. DATA PRIBADI

Nama : Mochammad Wafie Arsyad  
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 17 April 2001  
Jenis Kelamin : Pria  
Agama : Islam  
Status : Belum Menikah  
Alamat Rumah : Jl.Raya Condet No.70 Rt9/5 Jakarta Timur  
Telepon/HP : 087874641463  
Email : [wafiearsyad@gmail.com](mailto:wafiearsyad@gmail.com)

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2007-2013 : SDIT Al-khairaat  
2013-2016 : SMPN 150 Jakarta  
2016-2019 : SMAN 104 Jakarta  
2019-2023 : Universitas Nasional

Jakarta, Februari 2023

Mochammad Wafie Arsyad



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPUASAN KONSUMEN, KEPERCAYAAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK KANZLER FROZEN FOOD (STUDI KASUS TOKO CEMERLANG FROZEN FOOD)”. Tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Dalam penyusunan skripsi 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 terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. 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. Resty Hardini SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr.Elwisam,S.E.,M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, motivasi dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Kepada Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengabdikan dan memberikan ilmu

pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.

7. Kepada Ayah (M Najib) dan Mamah (Lili Respati) selaku orang tua tercinta yang selalu memberikan motivasi terbesar dalam hidup, semangat, kasih sayang, perhatian, sabar, pengertian dan memberikan dukungan baik moral maupun materi, serta doa yang tiada henti hentinya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Kepada kakak (Siti Zahra) yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Kepada teman-teman Manajemen angkatan 2019 yang telah berbagi ilmu pengetahuan, pengalaman, serta cerita selama masa perkuliahan yang memiliki kesan untuk penulis.
10. Kepada sahabat SMA saya (Rijal Fadilah, Yosef Paskari, dan Kemal) yang selalu memberikan dukungan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada pihak Cemerlang Frozen Food yang telah membantu proses berjalannya skripsi ini.
12. Serta kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu Penulis meminta maaf atas segala kekurangan tersebut. Semoga kebaikan serta dukungan mereka kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini dapat dibalas oleh Allah SWT. Mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pihak yang membacanya.

Terimakasih

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.

## DAFTAR ISI

	Halaman
COVER LUAR.....	i
COVER DALAM.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
1. Tujuan Penelitian.....	5
2. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Manajemen Pemasaran.....	7
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	7
B. Minat Beli Ulang.....	9
1. Pengertian Minat Beli Ulang.....	9
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang.....	10
3. Indikator Minat Beli Ulang.....	12

C. Kualitas Produk.....	12
1. Pengertian Kualitas Produk.....	12
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	13
3. Indikator Kualitas Produk .....	13
D. Kepuasan Konsumen .....	14
1. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	14
2. Manfaat Kepuasan Konsumen .....	15
3. Indikator Kepuasan Konsumen.....	16
E. Kepercayaan Merek .....	17
1. Pengertian Kepercayaan Merek .....	17
2. Dimensi Kepercayaan Merek.....	17
3. Indikator Pengukur Kepercayaan Merek ( <i>Brand Trust</i> ) .....	18
F. Citra Merek .....	18
1. Pengertian Citra Merek .....	18
2. Tolak Ukur Citra Merek.....	19
3. Indikator Citra Merek.....	20
G. Keterkaitan Antar Variabel Bebas Dengan Variabel Terikat .....	21
1. Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) Dengan Minat Beli Ulang (Y).....	21
2. Pengaruh Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) Dengan Minat Beli Ulang (Y) .....	22
3. Pengaruh Kepercayaan ( $X_3$ ) Dengan Minat Beli Ulang (Y).....	22
4. Pengaruh Citra Merek ( $X_4$ ) Dengan Minat Beli Ulang (Y) .....	23
H. Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	24
I. Kerangka Analisis .....	27
J. Hipotesis .....	28
BAB III METODE PENELITIAN .....	29
A. Objek Penelitian .....	29

B. Data Penelitian.....	29
1. Sumber dan Jenis Data.....	29
a. Sumber Data.....	29
b. Jenis Data.....	29
2. Populasi dan Sampel.....	29
a. Populasi.....	29
b. Sampel.....	30
3. Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	31
C. Definisi Operasional.....	31
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	33
1. Metode Analisis.....	33
a. Analisis Deskriptif.....	33
b. Analisis Inferensial.....	33
1). Analisis Regresi Linier Berganda.....	33
2. Uji Validitas.....	34
3. Uji Reliabilitas.....	34
4. Uji Asumsi Klasik.....	34
a) Uji Normalitas.....	34
b) Uji Multikolinearitas.....	35
c) Uji Autokorelasi.....	35
d) Uji heterokedastisitas.....	35
5. Uji Kelayakan Model.....	36
a. Uji F.....	36
b. Koefisien Determinasi $R^2$ .....	36
6. Pengujian Hipotesis.....	36
a. Uji T.....	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Hasil Penelitian.....	37
1. Deskripsi Objek Penelitian.....	37
a. Sejarah Singkat.....	37
b. Visi dan Misi .....	37
2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	38
a. Profil Responden Berdasar Gender .....	38
b. Profil Responden Berdasar Usia .....	39
c. Profil Responden Berdasar Pendidikan Terakhir .....	40
d. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	41
3. Deskriptif Persepsi Variabel Penelitian .....	41
a. Kualitas Produk .....	42
b. Kepuasan Konsumen.....	43
c. Kepercayaan .....	44
d. Citra Merek .....	44
e. Minat Beli Ulang Konsumen.....	45
4. Metode analisis inferensial.....	45
a. Uji Instrument.....	46
1). Uji Validitas .....	46
2). Uji Reliabilitas .....	48
5. Uji Asumsi Klasik.....	48
a. Uji Normalitas .....	48
b. Uji Multikolinearitas .....	49
c. Uji Autokorelasi .....	50
d. Uji Heteroskedastisitas .....	51
6. Uji Kelayakan Model .....	52

a. Uji F .....	52
b. Koefisien Determinasi $R^2$ .....	53
7. Analisis Inferensial .....	54
a. Output Regresi Linier Berganda.....	54
8. Uji Hipotesis (Uji t).....	55
B. Pembahasan .....	56
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>59</b>
A. Kesimpulan.....	59
B. Saran .....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN KUESIONER.....	63
LAMPIRAN TABULASI.....	67
LAMPIRAN KARAKTRISTIK RESPONDEN .....	85
LAMPIRAN OUTPUT SPSS.....	86
LAMPIRAN TABEL STATISTIK .....	91



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Proyeksi Target dan Pencapaian .....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3.1 Tabel Pengukuran Skala Likert.....	31
Tabel 3.2 Definisi Operasional .....	32
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
Tabel 4.2 Responden Berdasar Usia .....	39
Tabel 4.3 Responden Berdasar Pendidikan Terakhir .....	40
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	41
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ).....	42
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Kepuasan ( $X_2$ ).....	43
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Kepercayaan ( $X_3$ ).....	44
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Citra Merek ( $X_4$ ) .....	44
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel ( $X_1$ ), ( $X_2$ ), ( $X_3$ ), ( $X_4$ ) dan (Y).....	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliability Instrumen Masing-masing Variabel .....	48
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel 4.13 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4.15 Model Summary.....	52
Tabel 4.16 Uji Autokorelasi.....	53
Tabel 4.17 ANOVA .....	53
Tabel 4.18 Model Summary <sup>b</sup> .....	54
Tabel 4.19 Coefficients <sup>a</sup> .....	55



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis.....	27
Gambar 4.1 Diagram Persentase Responden Berdasarkan Gender .....	38
Gambar 4.2 Diagram Persentase Profil Berdasarkan Usia .....	39
Gambar 4.3 Diagram Persentase Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	40
Gambar 4.4 Diagram Persentase Profil Berdasarkan Pekerjaan.....	41

