

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI ONLINE DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG DI KOPI KENANGAN DI
MALL EPICENTRUM**

TUGAS AKHIR

YOGI ALFAIZI

193402516427



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI ONLINE DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG DI KOPI KENANGAN DI
MALL EPICENTRUM**

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

Oleh :

YOGI ALFAIZI

193402516427



**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, PROMOSI ONLINE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG DI KOPI KENANGAN DI MALL EPICENTRUM

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 10 Agustus 2023



YOGI ALFAIZI

NPM : 193402516427

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI ONLINE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG DI KOPI KENANGAN DI MALL EPICENTRUM**

Nama Mahasiswa : **YOGI ALFAIZI**
Nomor Pokok : **193402516427**
Program Studi : **MANAJEMEN**



Jakarta, 18 Agustus 2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI ONLINE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN DI KOPI KENANGAN DI MALL EPICENTRUM**

Nama Mahasiswa : **YOGI ALFAIZI**

NPM : **193402516427**

Program Studi : **MANAJEMEN**

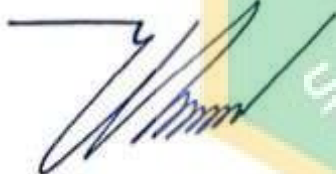
Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir,



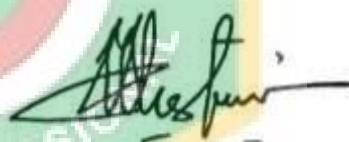
(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)

Ketua/Penguji



(Prof. Dr. H. Yuddy Chrisnandi, S.E., M.E.)

Anggota/Penguji



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

Mengetahui,



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

Jakarta, 18 Agustus 2023

Tanggal Lulus, 22 Agustus 2023

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI ONLINE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN DI KOPI KENANGAN DI MALL EPICENTRUM

Oleh:

YOGI ALFAIZI

NPM 193402516427

Tugas akhir dibawah bimbingan ibu Dr. Rahayu Lestari,S.E.,M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kualitas Produk, Promosi Online dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli konsumen pada Kopi Kenangan di Mall Epicentrum. Data ini menggunakan data Primer dengan bentuk penyebaran kuesioner kepada konsumen yang sudah pernah menggunakan membeli kopi Kenangan terhadap 100 responden, dengan menggunakan metode purposive sampling. Dalam menggunakan teknik secara purposive sampling diharapkan sampel sesuai dengan syarat atau kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Data yang digunakan berupa data primer dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan program IBM SPSS 23. Hasil ditemukan setelah dianalisis menggunakan olah data dengan kesimpulan sebagai berikut bahwa kualitas produk, promosi online, dan persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan minat beli ulang. Sebelumnya telah diuji terhadap item-item pertanyaan yang dinyatakan valid serta reliabel.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi Online, Persepsi Harga dan Minat Beli Ulang

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, ONLINE PROMOTION, AND PRICE PERCEPTION ON CONSUMER REPURCHASE INTENT AT KOPI KENANGAN IN EPICENTRUM MALL

By:

YOGI ALFAIZI.

NPM 193402516427

This thesis under the guidance of Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M

This study aims to understand the Influence of Product Quality, Online Promotion, and Price Perception on Consumer Purchase Intent at Kopi Kenangan in Epicentrum Mall. The data for this research is collected through primary data using a questionnaire distributed to 100 respondents who have previously purchased from Kopi Kenangan, utilizing purposive sampling method. Purposive sampling technique is employed to ensure that the sample aligns with the conditions or criteria required for this research. The data employed in this study is primarily gathered through questionnaire distribution. Data analysis is performed using IBM SPSS 23 software. The results, after being analyzed through data processing, conclude that product quality, online promotion, and price perception have a positive and significant impact on repeat purchase intent. Prior to this, the questionnaire items were tested for validity and reliability.

Keywords: Product Quality, Online Promotion, Perceived Price and Repurchase Intention

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Biodata Diri

1. Nama : Yogi Alfaizi
2. Tempat, tanggal lahir : Bekasi, 14 Mei 2001
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Alamat : Kp. Ceketing Rawa Mulya
no80 RT001/02 kec Mustika
jaya Kota Bekasi
5. No. Handphone : 089623978725
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : yogialfaizi@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. 2007 – 2012 : SDN Mustika Jaya 5
2. 2012 – 2016 : SMPN 36 Bekasi
3. 2016 – 2019 : SMA Daya Utama



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucap 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, Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang di Kopi Kenangan Di Mall Epicentrum” 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 Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si., selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
- 5) Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., MM. selaku dosen pembimbing yang penulis hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, dan juga memberikan 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 bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.
- 7) Diri saya sendiri yang mampu kuat sampai titik ini, mampu berjuang di

setiap keadaan, mau bangkit di setiap kegagalan, mampu bertahan menjalankan suka dan dukanya kehidupan ini.

- 8) Kedua Orang tua yang sudah membesarkan penulis, mendukung segala kegiatan penulis, memberikan motivasi dan semangat kepada penulis, mendengarkan segala keluh kesah penulis dan doa untuk penulis.
- 9) Terimakasih atas segala dukungan yang sudah bapak dan mamah berikan baik hal material maupun non material.
- 10) Terimakasih kepada teman-teman yang telah memberikan masukan dan saran-saran dalam proses pengerjaan Tugas akhir ini.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Kegunaan Penelitian	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Manajemen Pemasaran	8
1. Pemasaran	8
a. Pengertian Pemasaran	8
b. Pengertian Manajemen Pemasaran	9
c. Tujuan Manajemen Pemasaran	10
2. Minat Beli	11
a. Pengertian Minat Beli	11
b. Indikator Minat Beli	12
3. Kualitas Produk	12
a. Pengertian Kualitas Produk	12
b. Indikator Kualitas Produk	13
4. Promosi Online	13
a. Pengertian Promosi	13

b.	Promosi Online	14
c.	Indikator Promosi.....	15
5.	Persepsi Harga	15
a.	Pengertian Persepsi Harga	15
b.	Indikator Persepsi Harga.....	16
B.	Ketertarikan Antar Variabel.....	16
C.	Hasil Penelitian Yang Sesuai Dengan Rujuan Penelitian Terdahulu.....	18
D.	Kerangka Analisi.....	22
E.	HIPOTESIS	22
BAB III.	25
METODE PENELITIAN	25
A.	Objek Penelitian.....	25
B.	Data Penliatian	25
1.	Sumber Data dan Jenis Data.....	25
2.	Populasi dan Sampel.....	26
3.	Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	27
C.	Definisi Operasional.....	29
D.	Metode Analisis	32
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A.	Hasil Penelitian.....	38
B.	Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	44
1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	44
2.	Deskripsi Antar Variabel	47
3.	Uji Validitas Data	51
a.	uji Validitas Data	51
b.	Uji Reliabilitas Data.....	51
4.	Uji Asumsi Klasik	52
a)	Uji Normalitas.....	52
b)	Uji Multikorenilitas	54
c)	Uji Heteroskedasitas	55
d)	Uji Auto Korelasi.....	56
5.	Uji Regresi Linear Berganda	57
6.	Uji Kelayakan Model.....	59
a)	Uji F.....	59
b)	Uji Koefisien Determinasi	60

7. Pengujian Hipotesis (uji t).....	61
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
BAB V	65
KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	69



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert	28
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	30
Tabel 4. 1 Data Statistik Karakteristik Responden.....	39
Tabel 4. 2 Analisis Statistik Deskriptif	45
Tabel 4. 3 Total Mean X1\.....	47
Tabel 4. 4 Total Mean X2.....	48
Tabel 4. 5 Total Mean X3	49
Tabel 4. 6 Total Mean Y	50
Tabel 4. 7 Uji Validitas	51
Tabel 4. 8 Uji Reabilitas	52
Tabel 4. 9 Uji Normalitas	54
Tabel 4. 10 Uji Multikornialitas.....	55
Tabel 4. 11 Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4. 12 Uji Autokorelasi	56
Tabel 4. 13 Uji Regresi Linear Berganda.....	58
Tabel 4. 14 Uji f	59
Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinas.....	60
Tabel 4. 16 Uji t.....	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penjualan Kopi Kenangan Mall Epicentrum	6
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin	40
Gambar 4. 2 Usia Responden.....	41
Gambar 4. 3 Perkejaan Responden	42
Gambar 4. 4 Sudah Follow Akun Instagram Kopi Kenangan.....	43
Gambar 4. 5 Pernah Membeli Kopi Kenangan > 1 Kali.....	44
Gambar 4. 6 Uji Normalitas	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 69
Lampiran 2 72
Lampiran 3 84
Lampiran 4 86
Lampiran 5 87
Lampiran 6 88
Lampiran 7 88
Lampiran 8 89
Lampiran 9 92

