

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN *BRAND*
AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK ALOE
VERA NATURE REPUBLIC PADA *FANBASE* NCT 127
DI MEDIA SOSIAL TWITTER.**

TUGAS AKHIR

AMELIA PUTRI HERAWATI

193402516308



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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN *BRAND*
AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK ALOE
VERA NATURE REPUBLIC PADA *FANBASE* NCT 127
DI MEDIA SOSIAL TWITTER.**

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

Oleh:

AMELIA PUTRI HERAWATI

193402516308



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

LEMBAR PERNYATAAN

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

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN *BRAND*
AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK ALOE VERA
NATURE REPUBLIC PADA *FANBASE* NCT 127 DI MEDIA SOSIAL

TWITTER

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan dinyatakan secara jelas dan dapat di periksa kebenarannya.

Jakarta, 9 Agustus 2023



AMELIA PUTRI HERAWATI

NPM: 193402516308

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK ALOE VERA NATURE REPUBLIC PADA FANBASE NCT 127 DI MEDIA SOSIAL TWITTER.

Nama Mahasiswa : AMELIA PUTRI HERAWATI
NPM : 193402516308
Program Studi : MANAJEMEN



Jakarta, 9 Agustus 2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK ALOE VERA NATURE REPUBLIC PADA FANBASE NCT 127 DI MEDIA SOSIAL TWITTER.

Nama Mahasiswa : AMELIA PUTRI HERAWATI

NPM : 193402516308

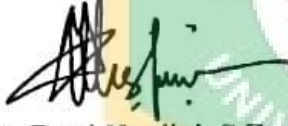
Program Studi : MANAJEMEN

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir,


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

Ketua/Penguji



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

Anggota/Penguji



(Dr. Muhani, S.E., M.Si.M)

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

(Dr. Mulyowiseiso, S.E.,M.App.Ec.,Ph.D.)

Jakarta, 9 Agustus 2023

Tanggal Lulus, 18 Agustus 2023

ABSTRAK
PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN BRAND
AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK ALOE
VERA NATURE REPUBLIC PADA FANBASE NCT 127 DI MEDIA
SOSIAL TWITTER

Oleh:

AMELIA PUTRI HERAWATI

NPM 193402516308

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

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Brand Ambassador terhadap Minat Beli Ulang Produk Aloe Vera Nature Republic Pada Fanbase NCT 127 di Media Sosial Twitter. Teknik penentuan sampel menggunakan Teknik purposive sampling dengan jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 100 responden (pengguna Aloe Vera Nature Republic pada fanbase NCT 127 Di Media Sosial Twitter). Teknik analisis data yaitu analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan partial least square structural equation model (PLS-SEM) 3.3.2. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan perangkat lunak PLS-SEM 3.3.2 diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan signifikan antara pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan *brand ambassador* terhadap minat beli ulang produk Aloe Vera Nature Republic pada fanbase NCT 127 Di Media Sosial Twitter. Implikasi hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Nature Republic harus tetap menjaga profesionalitas dalam menjaga kualitas produk, persepsi harga dan brand ambassador kepada konsumen sehingga bisa meningkatkan minat beli ulang.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Brand Ambassador dan Minat Beli Ulang

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND BRAND AMBASSADORS ON THE REPURCHASE INTEREST OF ALOE VERA NATURE REPUBLIC PRODUCTS ON NCT 127 FANBASE ON SOCIAL MEDIA TWITTER

By:

AMELIA PUTRI HERAWATI

NPM 193402516308

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

This study aims to determine Product Quality, Price Perceptions and Brand Ambassadors on Repurchase Interests for Aloe Vera Nature Republic Products on the NCT 127 Fanpage on Twitter Social Media. The sampling technique used purposive sampling technique with a sample size of 100 respondents (Aloe Vera Nature Republic users on the NCT 127 fanbase on Twitter Social Media). The data analysis technique is quantitative descriptive analysis using the partial least square structural equation model (PLS-SEM) 3.3.2. Based on the results of calculations using the PLS-SEM 3.3.2 software, it was found that there was a significant relationship between the influence of product quality, price perceptions and brand ambassadors on the intention to repurchase Aloe Vera Nature Republic products on the NCT 127 fanbase on Twitter Social Media. The implications of the results of this study indicate that Nature Republic must maintain professionalism in maintaining product quality, price perceptions and brand ambassadors to consumers so that they can increase repurchase interest.

Keywords: Product Quality, Perceived Price, Brand Ambassador and Repurchase Intention

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama : Amelia Putri Herawati
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 20 April 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Jalan Dr Saharjo Gang Rahayu No. 30
RT.005/010 Manggarai Selatan Tebet
Jakarta Selatan
Telepon/HP : 0895333003063
Email : ameliaptrhwt@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2007-2013 : SDSN Guntur 03 Pagi
2013-2016 : SMPN 15 Jakarta
2016-2019 : SMKN 16 Jakarta
2019-2023 : Universitas Nasional

Jakarta, 9 Agustus 2023



Amelia Putri Herawati

NPM 193402516308

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, penulis panjatkan puji dan syukur atas kehadiratnya yang telah melimpahkan rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan Judul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Ulang Produk Aloe Vera Nature Republic Pada *Fanbase* NCT 127 Di Media Sosial Twitter.” untuk diajukan guna memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Nasional.

Penulis sungguh percaya bahwa pencapaian dalam penyusunan tugas akhir ini tidak dapat terwujud tanpa dukungan yang diberikan oleh berbagai individu. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih dan penghargaan yang paling tulus serta istimewa kepada semua yang telah memberikan bantuan, baik dalam hal dukungan moral, dukungan finansial, maupun doa selama penulis menempuh perjalanan pendidikan ini.

Selama proses penyusunan tugas akhir ini, penulis menghadapi berbagai tantangan dan rintangan yang menguji ketekunan dan dedikasi. Oleh karena itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang mendalam atas dukungan dan bantuan yang telah diberikan oleh berbagai individu. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada bapak Dr.Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Kepada bapak Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.
3. Kepada ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.
4. Kepada ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.
5. Kepada bapak Dr. Elwisam, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing tugas akhir saya yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta

seluruh arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

6. Kepada selaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah berkenan membina, memberikan ilmu dan memberikan dukungan serta motivasi belajar yang baik kepada penulis selama menempuh Pendidikan di Universitas Nasional.
7. Kepada segenap staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membantu dan memberikan kemudahan dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
8. Kepada Bapak Bambang Hermanto Sugiharto dan Ibu Irawati sebagai orang tua yang telah banyak memberikan semangat, kasih sayang, doa yang tulus, dan telah bekerja keras berjuang untuk memberikan dukungan moril ataupun dukungan materil selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Nasional.
9. Kepada sahabat seperjuangan Aufa Ashri Dhamayanti yang telah banyak membantu, menemani, memberikan banyak arahan serta dukungan sampai mendapatkan gelar S.M.
10. Kepada sahabat tersayang Siti Aisyah yang telah memberikan dukungan dan berjuang bersama sampai mendapatkan gelar S.M.
11. Kepada seluruh teman Angkatan'19 yang telah banyak membantu, memberikan arahan, menemani serta memberikan dukungan dan berjuang bersama mendapatkan gelar S.M.
12. Kepada Johnny Suh, Jeon Wonwoo dan member NCT serta SEVENTEEN lainnya yang telah memotivasi, memberikan dukungan dan hiburan dalam tugas akhir ini.
13. Kepada para penggemar NCT (NCTZEN) atas partisipasi dan kerjasamanya sebagai responden dalam penelitian ini.
14. Serta bagi seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan kebaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunan dalam penulisan. Oleh karena itu, saran dan kritiknya sangat

diperlukan bagi penulis. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat, tidak hanya bagi penulis juga bagi para pembaca.

Jakarta, 9 Agustus 2023



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1. Tujuan Penelitian	9
2. Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Manajemen Pemasaran	11
B. Minat Beli Ulang.....	12
C. Kualitas Produk.....	13
D. Persepsi Harga.....	15
E. <i>Brand Ambassador</i>	16
F. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	17
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	17
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang.....	18

3. Pengaruh <i>Brand Amabassador</i> Terhadap Minat Beli Ulang.....	19
G. Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	19
H. Kerangka Analisis	23
I. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Objek Penelitian.....	25
B. Data Penelitian	25
1. Sumber Data dan Jenis Data	25
2. Populasi dan Sampel	26
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	27
C. Definisi Operasional Variabel	28
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	29
1. <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	29
2. Analisis Deskriptif	30
3. Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	31
4. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	34
5. Pengujian Hipotesis	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Hasil Penelitian	37
1. Deskripsi Data Penelitian.....	37
2. Karakteristik Responden	37
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	39
B. Pembahasan.....	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran	57

DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	61



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert	28
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	28
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4. 4 Analisis Kualitas Produk (X1).....	39
Tabel 4. 5 Analisis Persepsi Harga (X2)	40
Tabel 4. 6 Analisis Brand Ambassador (X3).....	41
Tabel 4. 7 Analisis Minat Beli Ulang (Y)	43
Tabel 4. 8 <i>Convergent Validity</i>	45
Tabel 4. 9 Fornell-Larcker Criteria	46
Tabel 4. 10 Cross Loading	46
Tabel 4. 11 Construct Reliability and Validity	47
Tabel 4. 12 Hasil Output Bootstrapping SmartPLS	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Data Penjualan Nature Republic Tahun 2020-2022.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Analisis	23
Gambar 4. 1 Hasil PLS Alogaritma.....	44
Gambar 4. 2 Hasil Output Bootstrapping SmartPLS	48

