

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA,
DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK FIESTA
PADA PRIMA FRESHMART DI JAKARTA SELATAN**

PROPOSAL TUGAS AKHIR

Annisa Nur Fathiyyah

183112340250595



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

2022

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI
HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG
PRODUK FIESTA PADA PRIMA FRESHMART DI JAKARTA
SELATAN**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana
Manajemen Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nasional Jakarta

Oleh :

Annisa Nur Fathiyyah

183112340250595



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

2022

ABSTRAK

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK FIESTA PADA PRIMA FRESHMART DI JAKARTA SELATAN

Oleh : Annisa Nur Fathiyyah

NPM : 183112340250595

Tugas akhir, dibawah bimbingan Dr.Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.

Riset ini memiliki tujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Produk Fiesta Pada Prima Freshmart di Jakarta Selatan. Metode pengambilan sampel pada riset ini memakai tehnik *purposive sampling* dimana jumlah populasi sebanyak 193 orang dengan jumlah sampel sebanyak 130 responden. Pada riset ini menggunakan data primer dengan metode pengumpulan data dengan kuesioner yang sudah disebar pada 193 responden. Hasil riset ini diproses serta dianalisis dengan memakai analisis regresi linear berganda melalui program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) tipe 22.0. Hasil riset menampilkan bahwa *Brand Image* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada Prima Freshmart. Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada Prima Freshmart. Persepsi Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada Prima Freshmart. Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada Prima Freshmart.

kata kunci : Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Minat Beli Ulang.

ABSTRACT

THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND PROMOTION ON THE INTEREST TO BUY FIESTA PRODUCTS AT PRIMA FRESHMART IN JAKARTA SELATAN

By : Annisa Nur Fathiyyah

NPM : 183112340250595

Final project, under the guidance of Dr.Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.

This research aims to determine the effect of brand image, product quality, price perception and promotion on the intention to repurchase Fiesta products at Prima Freshmart in South Jakarta. The sampling method in this research uses purposive sampling technique where the total population is 194 people with a total sample of 130 respondents. This research uses primary data with data collection methods with questionnaires that have been distributed to 193 respondents. The results of this research are processed and analyzed using multiple linear regression analysis through the Statistical Product and Service Solution (SPSS) type 22.0 program. The results of the research show that Brand Image does not have a positive and significant effect on Repurchase Interest at Prima Freshmart. Product quality has a positive and significant effect on Repurchase Interest at Prima Freshmart. Price Perception has a positive and significant effect on Repurchase Interest at Prima Freshmart. Promotion has a positive and significant effect on Repurchase Interest at Prima Freshmart.

Keywords : Effect of Brand Image, Product Quality, Price Perception, Promotion and Repurchase Interest.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Annisa Nur Fathiyyah

Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 8 Januari 2000

Jenis Kelamin : Perempuan

Status : Belum Menikah

Alamat Rumah : Jl. Nenas 8 no 107

Telepon : 085746884710

Email : anisaicaa0@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

2005 – 2011 : MI AL-MUHAJIRIN

2011 – 2014 : SMP NEGERI 5 DEPOK

2014 – 2017 : SMK NEGERI 2 DEPOK



LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenarnya segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

PENGARUH *BRAND IMAGE* KUALITAS PRODUK PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK FIESTA PADA PRIMA FRESHMART DI JAKARTA SELATAN

Merupakan gagasan atau hasil riset peneliti, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas akhir ini diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan bisa diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 10 agustus 2022



Annisa Nur Fathiyyah

183112340250595

LEMBAR PERSETUJUAN

Jusul Tugas Akhir : **PENGARUH *BRAND IMAGE* KUALITAS PRODUK
PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
MINAT BELI ULANG PRODUK FIESTA PADA
PRIMA FRESHMART DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **ANNISA NUR FATHIYYAH**

NPM : **183112340250595**

Program Studi : **MANAJEMEN**



Jakarta : 15 Agustus 2022

LEMBAR PENGESAHAN

Jusul Tugas Akhir : PENGARUH *BRAND IMAGE* KUALITAS PRODUK
PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
BELI ULANG PRODUK FIESTA PADA PRIMA
FRESHMART DI JAKARTA SELATAN

Nama Mahasiswa : ANNISA NUR FATHIYYAH

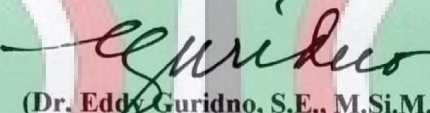
NPM : 183112340250595

Program Studi : MANAJEMEN

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nasional

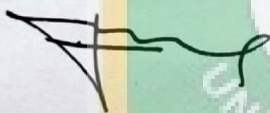
Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir,


(Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.)

Ketua penguji,

Anggota/Penguji,


(Dr. Ir. Edi Sugiono, S.E., M.M.)


(Dita Nurul Aini Mustika Dewi, S.E., M.E.)

Mengetahui,

Dekan,



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

Jakarta : 22 Agustus 2022

tanggal lulus :

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala, yang telah memberikan rahmatnya dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “PENGARUH *BRAND IMAGE* KUALITAS PRODUK PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK FIESTA PADA PRIMA FRESHMART DI JAKARTA SELATAN”

Saya menyadari bahwa apa yang tertulis jauh dari kata sempurna, dan penulisan tugas akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya, dukungan, bantuan dan juga Berkat rahmat Allah Yang Maha Esa, serta bantuan dan bimbingan berbagai belah pihak baik secara moril dan materil maka dapat diwujudkan. Oleh karena itu pada kesempatan ini saya selaku penulis dengan rendah hati dan rasa hormat yang besar ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional yang senantiasa memberi kesempatan dan fasilitas yang diberikan untuk mengikuti dan menyelesaikan tugas akhir sebagai persyaratan menempuh gelar sarjana.
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. Resti Hardini, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr.Eddy Guridno, S.E., M.Si.M. selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa mendukung dan membimbing baik secara psikologis maupun teknis serta meluangkan waktu dan memberi masukan yang bermanfaat bagi penulis untuk menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.

6. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang tidak bisa disebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih atas ilmu yang diberikan kepada penulis dari semester awal hingga saat ini.
7. Seluruh staff sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih.
8. Kepada kedua orang tua penulis Ibu Ella Rokayah dan Bapak Mahyudi. yang telah memberikan dorongan dan dukungan dalam hal materi serta doa selama penulis menempuh studi. Serta yang selalu menyemangati, selalu memberikan nasihat, selalu memberikan kasih sayang, dan selalu memberikan, perhatian, dan kesabaran sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Kepada kakak, adik dan seluruh anggota keluarga penulis, Maya Anas Taqhiyyah, Muhammad hafidz, Abdurahman Rafif Robani, Ita Juwita Sari yang telah mendukung dari berbagai aspek dan selalu menyemangati hingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Kepada sahabat penulis yang telah mendukung penuh yakni, Atina Nur Rizka, Jenny Saputri, Mulyanti, Riska Anggraeni, Rikka Nur Indah yang selalu memberikan semangat, memberi masukan, menemani dan membantu dalam tugas akhir ini.
11. Kepada Adam Rediansyah selaku partner penulis yang selalu mendukung, memberi bantuan, memberi solusi, dan menemani dalam menyusun tugas akhir ini.

Demikianlah, penulis berharap semoga tugas akhir ini bisa bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan khususnya bagi penulis. Mohon maaf apabila dalam penulisan tugas akhir ini terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan juga bermanfaat untuk orang lain. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya menyempurnakan dimana pada akhirnya bermanfaat bagi pembaca dan kajian selanjutnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SAMPUL JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN.....	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Manajemen Pemasaran	7
1. Definisi Pemasaran	7
2. Definisi Manajemen Pemasaran	8
3. Tujuan Manajemen Pemasaran	8
4. Bauran Pemasaran.....	8
B. Brand Image.....	9
1. Pengertian <i>Brand image</i>	9
2. Definisi Brand Image	10
3. Indikator Brand Image	11
4. Komponen Brand Image	12
C. Kualitas produk.....	13
1. Pengertian Kualitas Produk.....	13
2. Indikator Kualitas Produk	14
D. Persepsi Harga	15
1. Pengertian Persepsi Harga	15
2. Indikator Persepsi Harga.....	16
E. Promosi	17
1. Pengertian Promosi	17

2. Tujuan Promosi.....	18
3. Indikator Promosi	19
F. Minat Beli Ulang	20
1. Pengertian Minat Beli Ulang	20
2. Faktor Minat Beli Ulang.....	21
3. Indikator Minat Beli Ulang.....	22
G. Keterkaitan Antar Variabel.....	23
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	23
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang.....	23
3. Pengaruh Persepsi harga terhadap Minat Beli Ulang	24
4. Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli Ulang	25
H. Hasil Penelitian	25
I. Kerangka Analisis.....	27
J. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Objek Penelitian.....	29
B. Data Penelitian.....	29
1. Sumber Data dan Jenis Data	29
2. Populasi dan Sampel.....	29
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	31
C. Definisi operasional variabel	32
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Hasil Penelitian.....	40
1. Deskripsi Data Penelitian.....	40
2. Karakteristik Responden	41
3. Hasil Lengkap Penelitian	45
B. Pembahasan	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert	31
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel.....	32
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	43
Tabel 4. 3 Pendapatan	44
Tabel 4. 4 Instrument Skala Likert	45
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Brand Image	46
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Kualitas Produk	47
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	48
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Promosi.....	49
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang	50
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4. 12 Tabel Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heterokedastisitas	55
Tabel 4. 15 Tabel Hasil Uji Autokorelasi.....	56
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	59
Tabel 4. 17 Tabel Uji F.....	57
Tabel 4. 18 Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	58
Tabel 4. 19 Tabel Hasil Uji T.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Laba Bersih PT Charoen Pokphand Tbk	4
Gambar 2.1 Kerangka Analisis	27
Gambar 4.1 Grafik responden berdasarkan jenis kelamin.....	42
Gambar 4.2 Grafik responden berdasarkan usia responden	43
Gambar 4.3 Grafik responden berdasarkan pendapatan.....	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	4
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden	27
Lampiran 3 Uji Instrumen <i>Brand Image</i> (X1)	42
Lampiran 4 Uji Instrumen Kualitas Produk (X2).....	43
Lampiran 5 Uji Instrumen Persepsi Harga (X3).....	44
Lampiran 6 Uji Instrumen Promosi (X4)	42
Lampiran 7 Uji Instrumen Minat Beli Ulang (Y).....	43
Lampiran 8 Uji Instrumen Asumsi Klas.....	42
Lampiran 9 Regresi Linear Berganda.....	43

