

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN EKUITAS MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK SUSU CAIR DALAM
KEMASAN SIAP MINUM MEREK MILO DI SURABAYA BARAT**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen



Diajukan Oleh :

ANDHIKA HILKAM UTOMO

NPM: 18420115

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2022

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Nama : Andhika Hilkam Utomo

NPM : 18420115

Alamat : Mangunharjo, Kec.Arjosari, Kab.Pacitan

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Susu Cair Dalam Kemasan Siap Minum Merek Milo DI SURABAYA BARAT”** bukan merupakan plagiasi dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 14 Juni 2022

Yang menyatakan



10000
MILITER
DEKORASI
385BA/99/021600

Andhika Hilkam Utomo

18420115

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN EKUITAS MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK SUSU CAIR DALAM
KEMASAN SIAP MINUM MEREK MILO DI SURABAYA BARAT

Diajukan oleh:

ANDHIKA HILKAM UTOMO

18420115

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Djojo Dihadjo, SE, MM, M.Ak

Tanggal, 14 Juni 2022

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Kristiningsih, SE, M.Si.

Tanggal, 14 Juni 2022

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN EKUITAS MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK SUSU CAIR DALAM
KEMASAN SIAP MINUM MEREK MILO DI SURABAYA BARAT**

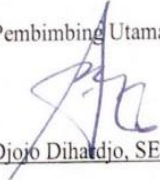
Dipersiapkan dan disusun oleh:

ANDHIKA HILKAM UTOMO

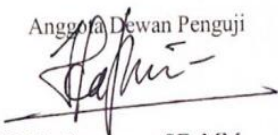
NPM: 18420115

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama


Djojo Dihadjo, SE, MM, M.Ak

Anggota Dewan Penguji


Tri Tjahjo Poernomo, SE.,MM.


Dr. Santiraningrum Soebandhi, SE., M.com.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 28 Juni 2022


Dr. Kristiningsih, SE, M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Susu Cair Dalam Kemasan Siap Minum Merek Milo. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. THT-KL(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.AK. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dojo Dihadjo, SE, MM, M.Ak. selaku ketua program studi dan dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran, serta penuh dengan kesabaran dalam memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Ibu Wiwik Herawati, SE.MM selaku dosen wali yang telah mengarahkan penulis selama perjalanan studi.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah banyak memberikan bekal ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama di bangku perkuliahan.

6. Kedua orang tua, dan kakak yang selalu memberikan doa dan dukungannya baik secara fisik maupun materil sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman Putri, Arianto, Ken, Veve, Yosefina, Oci, Della dan Natasya yang selalu membantu, memberi motivasi dan semangat sehingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Semua pihak yang membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.

Surabaya, 14 Juni 2022

Penulis,

Andhika Hilkam Utomo

NPM : 18420115

Daftar Isi

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK SUSU CAIR DALAM KEMASAN SIAP MINUM MEREK MILO DI SURABAYA BARAT	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	ii
SKRIPSI	iii
SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACTION	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan	8
BAB II.....	10
TELAAH PUSTAKA.....	10
2.1. LANDASAN TEORI.....	10
2.1.1. Pemasaran.....	10
2.1.2. Produk.....	12
2.1.3. Kualitas Produk	13
2.1.4. Merek.....	16
2.1.5. Ekuitas Merek	17
2.1.6. Perilaku Konsumen	19
2.1.7. Keputusan pembelian	23

2.1.8.	Keputusan Pembelian Ulang	24
2.1.9.	Hubungan antar Variabel	26
2.2.	Penelitian Sebelumnya	28
2.3.	Hipotesis dan Analisis	31
BAB III	33
METODE PENELITIAN	33
3.1.	Pendekatan Penelitian	33
3.2.	Populasi dan Sampel	33
3.2.1.	Populasi.....	33
3.2.2.	Sampel.....	33
3.3.	Identifikasi Variabel	34
3.4.	Definisi Operasional Variabel.....	35
3.5.	Jenis dan Sumber Data.....	37
3.6.	Prosedur Pengumpulan Data	38
3.7.	Teknik Analisis.....	39
3.7.1.	Uji Validitas dan Reabilitas.....	39
3.7.2.	Uji Model Analisa	40
3.7.3.	Uji Hipotesis	41
BAB IV	43
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan Nestlé Indonesia	43
4.2.	Deskripsi Hasil Penelitian	44
4.2.1.	Deskripsi Karakteristik Responden.....	44
4.2.2.	Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	49
4.3.	Model Analisis.....	54
4.3.1.	Uji Instrumen	54
4.3.2.	Uji Model.....	57
4.3.3.	Uji Hipotesis	60
4.4.	Pembahasan.....	64
BAB V	66
5.1.	Simpulan	66
5.2.	Saran	67
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	67

Daftar Pustaka.....	69
LAMPIRAN	77
Lampiran 1 : Kuisisioner	77
Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden	83
Lampiran 3 : <i>Output SPSS</i>	92

Daftar Tabel

Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> tahun 2020.....	4
Tabel 1.2 <i>Top Brand Index</i> tahun 2022.....	5
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
Tabel 4.5 Jawaban Data Responden Pada Variabel Kualitas Produk	50
Tabel 4.6 Jawaban Data Responden Pada Variabel Ekuitas Merek.....	52
Tabel 4.7 Jawaban Data Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian Ulang	54
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas.....	56
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Reabilitas	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Simultan (Uji-F)	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji-t).....	63

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Model Analisis	33
---------------------------------	----

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuisiner	75
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden	81
Lampiran 3 Output SPSS	90

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Ekuitas merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang. Berdasarkan hasil 100 responden yang diambil dengan menggunakan *purposive sampling*. Sampel yang diambil adalah konsumen minimal 17 tahun yang melakukan pembelian lebih dari satu kali susu cair dalam kemasan siap minum merek Milo. Teknik analisis data menggunakan Regresi Linear Berganda. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian ulang. Ekuitas merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian ulang. Kualitas produk dan ekuitas merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian ulang.

Kata kunci : Kualitas produk, Ekuitas merek, Keputusan pembelian ulang.

ABSTRACTION

This study aims to determine the effect of product quality and brand equity on repurchase decisions. Based on the results of 100 respondents who were taken using purposive sampling. The samples taken were consumers at least 17 years old who purchased liquid milk more than once in Milo brand ready-to-drink packaging. The data analysis technique uses Multiple Linear Regression. The results of the analysis in this study indicate that product quality has a significant positive effect on repurchase decisions. Brand equity has a significant positive effect on repurchase decisions. Product quality and brand equity have a significant positive effect on repurchase decisions.

Keywords: Product quality, Brand equity, Repeat purchase decision.