

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, CITRA MEREK DAN VARIASI PRODUK
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN WARDAH DI SURABAYA**

(Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

RATNA LUSIANA

NPM : 17420153

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2021

SURAT PERNYATAAN BEBAS BERPLAGIAT

Nama : Ratna Lusiana

NPM : 17420153

Alamat : Dsn. Rancang Ds.Rancang Kencono RT/01 RW/02

Kecamatan Lamongan Kabupaten Lamongan

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Wardah Di Surabaya (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)”** bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi peraturan yang berlaku.

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

Lamongan, 08 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Ratna Lusiana
17420153

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, CITRA MEREK DAN VARIASI
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN WARDAH
DI SURABAYA**

(Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

Diajukan oleh :

RATNA LUSIANA

17420153

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Ni Ketut Yulia Agustin, SE., MM

Tanggal 8 Juli 2021

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si

Tanggal 9 Juli 2021

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, CITRA MEREK DAN VARIASI
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN WARDAH
DI SURABAYA**

(Studi Kasus Mahasiswi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

RATNA LUSIANA

NPM : 17420153

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Ni Ketut Yulia Agustin, SE., MM

Anggota Dewan Penguji



Dr. Indahwati, SE., MM

Anggota Dewan Penguji



Dewi Nuraini, SE., M.SM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal 08 Juli 2021



Dr. KRISTININGSIH, SE.,M.Si

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Kosmetik Wardah Di Surabaya” (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya) dan tak lupa Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada Baginda Rasulullah SWA. Skripsi ini disusun guna untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi, pada fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Skripsi ini tidak akan tercapai tanpa bantuan, dukungan serta do'a dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Sri Harmadji dr, SP,THT–KI (K), selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Dr. Kristiningsih, Se.,M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ni Ketut Yulia Agustin, S.E., MM, sebagai dosen pembimbing skripsi yang bersedia Meluangkan waktu dengan kesabaran dalam memberikan

bimbingan, arahan dan saran yang sangat bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Dr. Titik Inayati Inayati, SE., MM. selaku dosen wali yang menjadi tempat konsultasi perihal perkuliahan dan memberikan masukan sehingga penulis bisa menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini dengan lancar.
6. Seluruh Dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.
7. Para Pegawai Akademik dan Staff Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah banyak membantu.
8. Para responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis butuhkan selama penyusunan skripsi ini.
9. Ayah dan Ibu beserta keluarga besar yang sangat saya cintai. Terimakasih telah memberikan dukungan berupa doa yang terbaik, dan juga perhatian lebih dalam menyelesaikan perkuliahan ini dan juga memberikan dukungan yang lebih dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat saya Nur Fitri Hidayati, Siti Cholifah, Mega Devi, Tris Afini Diah dan Prima Wibisono yang sangat sabar dalam mendengarkan segala keluhan kesah selama perkuliahan berlangsung samapi dengan selesainya penulisan skripsi ini, terimakasih juga karena sudah menjadi sahabat terbaik.
11. Keluarga alumni UKM BKI UWKS, teman-teman dan adik-adik pengurus UKM BKI UWKS, karena sudah banyak memberikan dukungan hingga

skripsi ini selesai, dan juga mendapatkan pengalaman yang sangat berharga bisa bertemu keluarga baru di Surabaya.

12. Semua pihak yang bersangkutan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih banyak atas dukungannya.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Lamongan, 08 Juli 2021

Penulis

RATNA LUSIANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. RUMUSAN MASALAH	7
1.3. TUJUAN PENELITIAN	7
1.4. MANFAAT PENELITIAN	8
1.5. SISTEMATIKA SKRIPSI	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Pemasaran	11
2.1.1.1. Definisi pemasaran	11
2.1.1.2. Manajemen Pemasaran	13
2.1.2. Persepsi Kualitas	14
2.1.2.1. Definisi Persepsi Kualitas	14
2.1.2.2. Indikator Presepsi Kualitas	16

2.1.2.3. Faktor Yang Membangun Presepsi Kualitas.....	17
2.1.3 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	18
2.1.3.1. Definisi <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	18
2.1.3.2. Indikator <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	19
2.1.3.3. Manfaat <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	21
2.1.4. Variasi Produk.....	22
2.1.4.1. Definisi Variasi Produk.....	22
2.1.4.2. Indikator Variasi Produk.....	23
2.1.4.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Mencari Produk.....	24
2.1.4.4. Tujuan Variasi Produk	25
2.1.5. Minat Beli.....	25
2.1.5.1. Definisi Minat Beli	25
2.1.5.1. Indikator Minat Beli Ulang.....	27
2.1.5.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Beli Ulang	27
2.2. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	31
2.3. Hipotesis dan Model Analisis.....	34
2.3.1. Hipotesis	34
2.3.2. Model Analisis	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	36
3.1. Pendekan Penelitian.....	36
3.2. Populasi dan Sampel.....	36
3.2.1. Populasi	36
3.2.2. Sampel	37
3.3. Identifikasi Variabel	39
3.4. Definisi Operasional Variabel	39
3.5. Jenis dan Sumber Data	42

3.5.1. Jenis Data	42
3.5.2. Sumber Data	43
3.6. Prosedur Pengumpulan Data	44
3.7. Teknik Analisis.....	46
3.7.1. Uji Instrumen.....	46
3.7.1.1. Uji Validitas	46
3.7.1.2. Uji Reliabilitas	47
3.7.2. Teknik Analisis Data	48
3.7.2.1. Analisis Regresi Linear Berganda	48
3.7.3. Uji Hipotesis.....	49
3.7.3.1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	49
3.7.3.2. Koefisien Determinasi (R^2).....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.1.1. Sejarah PT Paragon Tecnology and Innovation (Wardah Cosmetics)	53
4.1.2. Deskripsi Paragon Tecnology and Innovation	55
4.1.3. Aktivitas Paragon Tecnology and Innovation	56
4.2. Hasil Penelitian.....	56
4.2.1. Pelaksanaan Penelitian	56
4.2.2. Karakteristik Responden	57
4.2.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	57
4.2.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	58
4.2.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	59
4.2.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan usia	60

4.2.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
4.3 Hasil Tanggapan Responden	61
4.3.1. Variabel Persepsi Kualitas.....	62
4.3.2. Variabel Citra Merek.....	64
4.3.3. Variabel Variasi Produk	65
4.3.4. Variabel Minat Beli Ulang	67
4.4. Uji Instrumen.....	68
4.4.1. Uji Validitas	68
4.4.2. Uji Reabilitas.....	71
4.5. Hasil Uji Model	72
4.5.1. Analisis Regresi Berganda	72
4.6. Hasil Pengujian Hipotesis.....	75
4.6.1. Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)	75
4.6.2. Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	77
4.7. Pembahasan	77
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KTERBATASAN.....	82
5.1. Simpulan.....	82
5.2. Saran	83
5.3. Keterbatasan Peneliti.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. 10 Kosmetik Terpopuler di Indonesia Tahun 2020	3
Tabel 1.2. Komoditas Produk Wardah yang Meraih <i>Top Brand 2020</i>	4
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu yang Relevan	31
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	58
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	58
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	58
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.6. Kategori Mean Masing-Masing Variabel	59
Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Pada Persepsi Kualitas	60
Tabel 4.8. Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Pada Citra Merek	62
Tabel 4.9. Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Pada Variasi Produk	63
Tabel 4.10. Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Pada Minat Beli Ulang (Y)	65
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Persepsi Kualitas	67
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Citra Merek	67
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas Variasi Produk.....	68
Tabel 4.14. Hasil Uji Validitas Minat Beli Ulang.....	68
Tabel 4.15. Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.16. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 4.17. Hasil Uji t.....	73
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi.	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Surat Keterangan Per Komoditi	2
Gambar 2.1. Kerangka Model Analisis.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner	90
Lampiran 2 : Input SPSS.....	93
Lampiran 3 : Output SPSS	101
Lampiran 4 : Tabel F dan Tabel t.....	111

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang persepsi kualitas, citra merek dan variasi produk minat beli ulang konsumen wardah di Surabaya (studi kasus mahasiswi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh persepsi kualitas, citra merek dan variasi produk minat beli ulang konsumen wardah di Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswi yang masih aktif di semester genap 2020/2021 yang pernah membeli produk kosmetik wardah dan menggunakannya lebih dari satu kali. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* sebesar 85 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas, citra merek dan variasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen wardah di Surabaya.

Kata Kunci : Persepsi Kualitas, Citra Merek, Variasi Produk dan Minat Beli Ulang

ABSTRACT

This study discusses the perception of quality, brand image and product variations repurchase intention of wardah consumers in Surabaya (a case study of a student at Wijaya Kusuma University Surabaya). The purpose of this study was to determine whether there is an effect of perceived quality, brand image and product variation repurchase intention of wardah consumers in Surabaya. The population used in this study were all female students who were still active in the even semester of 2020/2021 who had bought Wardah cosmetic products and used them more than once. The sampling technique in this study was carried out using a purposive sampling method of 85 respondents. The results of this study indicate that perceived quality, brand image and product variation have a significant effect on the repurchase intention of wardah consumers in Surabaya.

Keyword : Perception of Quality, Brand Image, Product Variations and Repurchase Interest