



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**PENGARUH INOVASI PRODUK, PERSEPSI HARGA, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA KOPI JAGO DI JAKARTA**

**TUGAS AKHIR  
SKRIPSI**

**NURAINI HASANA  
43120010137**

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2026**



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**PENGARUH INOVASI PRODUK, PERSEPSI HARGA, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA KOPI JAGO DI JAKARTA**

**TUGAS AKHIR  
SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana**

UNIVERSITAS  
NURAINI HASANA  
43120010137  
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2026**

## SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nuraini Hasana

NIM : 43120010137

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan Tindakan plagiat (penjiplakan).



Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Januari 2026

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Nuraini Hasana  
43120010137

	<b>BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA</b>	
No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi
Tgl. Efektif	25 September 2024	

## SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

**Nama** : NURAINI HASANA  
**NIM** : 43120010137  
**Fakultas / Program Studi** : FEB / Manajemen  
**Jenis** : Skripsi  
**Judul Tugas Akhir** : PENGARUH INOVASI PRODUK, PERSEPSI HARGA, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA KOPI JAGO DI JAKARTA  
**Hasil Pengecekan Turnitin** : 24%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **24%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 11 March 2026

**Kepala Biro Perpustakaan**



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

**Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.**

2026/Maret/11/000000918/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

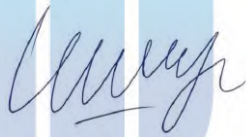
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Nuraini Hasana  
NIM : 43120010137  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga, Electronic Word of Mouth dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kopi Jago di Jakarta

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 13 Februari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Catur Widayati, S.E., M.M  
NIDN/NUPTK: 0314127301

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA  
NIDN/NUPTK: 0307036901



Dudi Permana, Ph.D  
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-02266045



Scan QR or [click here](#) to  
Verification

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh rahmat, anugerah, serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga, Electronic Word of Mouth dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kopi Jago di Jakarta”. Proposal Skripsi ini merupakan sebagai syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah. M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Ibu dosen Dr. Catur Widayati, S.E.,M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen metlit Dr. Daru Asih, SE., M.Si & ibu Nurul Komara Fajrin, SE.,M.M selaku dosen & asisten dosen mata kuliah metode penelitian

pemasaran yang telah memberikan ilmu, semangat dan motivasi kepada penulis

6. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu dimilikinya untuk diberikan kepada penulis.
7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama kuliah.
8. Teristimewa kedua orang tua penulis yang telah memberikan doa dan dukungan baik moral maupun material yang tiada henti kepada penulis serta memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Orang terdekat penulis, Ryantama Rizki Santoso yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman seperjuangan skripsi penulis, Aqmal Darmawan yang dengan penuh kesabaran selalu siap dan bersedia untuk membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini.
11. Teman dekat penulis, Yaskyva, Tazkia, Samaroh, Alicia, Sufi, Noni, Raihan, Dita dan Diki yang selalu menghibur penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Grup Cucu Gering, yang selalu menghibur penulis selama pembuatan skripsi ini, sukses selalu untuk cucu gering.
13. Mentor dan rekan kerja penulis di kantor yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, serta mengingatkan penulis untuk terus bersemangat

dalam menyelesaikan laporan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih atas segala dukungan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran, masukan dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 30 Januari 2025

Penulis,

Nuraini Hasana



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nuraini Hasana  
NIM : 43120010137  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga,  
*Electronic Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan  
Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kopi Jago di  
Jakarta

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini kami buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Maret 2026  
Yang menyatakan,



(Nuraini Hasana)

## ABSTRAK

Nama : Nuraini Hasana  
NIM : 4312010137  
Progra Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Invasi Produk, Prsepsi Harga, Electonic Word of Mouth dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kop Jago di Jakrta  
Pembimbing : Dr. Catur Widayati, S.E.,M.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk, persepsi harga, *electronic word of mouth* dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pada Kopi Jago di Jakarta. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat di Jakarta yang pernah membeli Kopi Jago. Sampel yang digunakan adalah 190 responden di Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penarikan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrumen penelitian berupa kuesioner. Metode analisis data menggunakan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian adalah (1) inovasi produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, (2) Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, (3) *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, dan (4) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang.

**Kata Kunci:** Inovasi Produk, Persepsi Harga, *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Pelayanan, Minat Beli Ulang

## **ABSTRACT**

*Name* : Nuraini Hasana  
*Student ID* : 43120010137  
*Study Program* : Management  
*Thesis Title* : *The Influence of Product Innovation, Price Perception, Electronic Word of Mouth and Service Quality on Repurchase Intention for Coffee Jago in Jakarta*  
*Supervisor* : Dr. Catur Widayati, S.E.,M.M

*This study aims to analyze the effect of product innovation, price perception, electronic word of mouth, and service quality on repurchase intention for Kopi Jago in Jakarta. The population in this study is people in Jakarta who have purchased Kopi Jago. The sample used is 190 respondents in Jakarta. This study employs a quantitative approach with a purposive sampling method. Data collection was conducted using a survey method, with a questionnaire as the research instrument. Data analysis was performed using Partial Least Square (PLS). The results of the study are (1) product innovation has a positive effect on repurchase intention, (2) price perception has a positive effect on repurchase intention, (3) electronic word of mouth has a positive effect on repurchase intention, and (4) service quality has a positive effect on repurchase intention.*

**Keywords:** *Product Innovation, Price Perception, Electronic Word of Mouth, Service Quality, Repurchase Intention*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>0</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	18
C. Tujuan Penelitian .....	18
D. Kontribusi Penelitian.....	19
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>20</b>
A. Kajian Pustaka.....	20
1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	20
2. Perilaku Konsumen .....	23
3. Minat Beli Ulang .....	24
4. Inovasi Produk.....	26
5. Persepsi Harga .....	29

6. Electronic Word Of Mouth.....	30
7. Kualitas Pelayanan .....	33
B. Penelitian Terdahulu .....	38
C. Pengembangan Hipotesis .....	52
D. Kerangka Konseptual .....	54
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	57
B. Desain Penelitian.....	57
C. Definisi dan Operasional Variabel .....	58
1. Definisi Variabel .....	58
2. Operasional Variabel .....	59
D. Skala Pengukuran Variabel.....	61
E. Populasi & Sampel.....	62
1. Populasi .....	62
2. Sampel .....	62
F. Metode Pengumpulan Data.....	64
G. Metode Analisis Data.....	65
1. Analisis Deskriptif.....	65
2. Uji Instrumen.....	66
3. Analisis Partial Least Square.....	67
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>72</b>
A. Analisis Deskriptif.....	72
1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	72
2. Deskripsi Responden .....	73
3. Deskripsi Variabel .....	76
B. Analisis Partial Least Square .....	82
1. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model .....	82
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ) .....	91
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	95
1. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Beli Ulang.....	95

2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang .....	96
3. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli Ulang .....	97
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>99</b>
A. Kesimpulan .....	99
B. Saran.....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>102</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>107</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1. 1	Brand kopi dengan konsep <i>cafe on wheels</i>	5
Tabel 1. 2	Data Hasil Pra Survei	13
Tabel 2. 1	Tabel Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3. 1	Operasional Variabel	59
Tabel 3. 2	Instrumen Skala Likert	62
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Saat Ini	74
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	74
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	75
Tabel 4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Konsumsi	76
Tabel 4. 6	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Inovasi Produk	77
Tabel 4. 7	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Persepsi Harga	78
Tabel 4. 8	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Electronic Word of Mouth	79
Tabel 4. 9	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Kualitas Pelayanan	80
Tabel 4. 10	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Minat Beli Ulang	81
Tabel 4. 11	Hasil pengujian Convergent Validity	83
Tabel 4. 12	Hasil pengujian Convergent Validity (modifikasi)	86
Tabel 4. 13	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross loadings)	88
Tabel 4. 14	Hasil Pengujian AVE	90
Tabel 4. 15	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)	90
Tabel 4. 16	Hasil Pengujian Composite Reliability & Cronbach's Alpha	91
Tabel 4. 17	Nilai R <sup>2</sup> Variabel Endogen	92
Tabel 4. 18	Hasil Pengujian Hipotesis	93

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1. 1	Produksi Kopi Indonesia 2020 - 2022	2
Gambar 1. 2	Logo Kopi Jago	4
Gambar 1. 3	Platform Instagram Kopi Jago	11
Gambar 2. 1	Kerangka Konseptual	55
Gambar 4. 1	Hasil Algoritma PLS	85
Gambar 4. 2	Hasil Algoritma PLS (modifikasi)	87
Gambar 4. 3	Hasil Uji Bootstrapping	95



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	107
Lampiran 2	Karkteristik Responden	107
Lampiran 3	Pertanyaan Data Peneliti	108
Lampiran 4	Hasil Kuesioner	112
Lampiran 5	Hasil Output PLS	137

