

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI NILAI DAN
PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BELI ULANG
PRODUK MINUMAN COCA- COLA
(Studi Kasus Pada Pengunjung AEON Mall BSD)**

SKRIPSI



Nama : Nindy Widiyanti

Nim : 43112010088

**Program Studi Manajemen S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2016**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI NILAI DAN
PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BELI ULANG
PRODUK MINUMAN COCA- COLA
(Studi Kasus Pada Pengunjung AEON Mall BSD)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercubuana**



Nama : Nindy Widiyanti

Nim : 43112010088

**Program Studi Manajemen S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2016**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nindy Widiyanti

NIM : 43112010088

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembuatan skripsi ini apabila terbukti membuat tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Agustus 2016



Nindy Widiyanti
NIM : 43112010088

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nindy Widiyanti

NIM : 43112010088

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Nilai dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Ulang Produk Coca-Cola.(studi kasus pada pengunjung AEON Mall BSD)

Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh :

Pembimbing

Ketua Penguji


(Dr. Tafiprios, SE., MM)


(Yuhasril SE.,MM)

Tanggal : 26/8 2016

Tanggal : 26-8-2016

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen


(Prof. Dr. Wwik Utami, Ak., MS.,CA)


(Dr. Rina Astini, SE., MM)

Tanggal : 28/8 2016

Tanggal : 27/8 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat MENCAPAI GELAR Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Melalui berbagai data yang tersedia dan dengan kemampuan yang masih terbatas dalam penelitian ini penulis mencoba menganalisa dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PERSEPSI NILAI DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BELI ULANG”** (Studi Kasus Pengunjung AEON Mall BSD)

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan kepada :

1. Dr.Tafiprios, SE., MM .selaku pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan dan memberikan motivasi, saran-saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun.
2. Dr.Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak. Ms., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.

5. Keluarga Besar dari penulis khususnya kedua orang tua penulis Bapak Rasiman dan Ibu Tumini yang telah memberikan dukungan, doa, serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini, peran keduanya sungguh sangat berarti bagi penulis serta dukungan dari kakak penulis Adityo Minarto,.
6. Terimakasih untuk Hendra Hermawan yang selalu memberikan motivasi, doa, dan semangat.
7. Sahabat – Sahabat penulis Mia Novitasari ,Sylvia terimakasih atas dukungan kalian penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Keluarga Besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Angkatan 2012 termasuk teman – teman satu jurusan di Manajemen.

Kepada seluruh pihak dan teman-teman penulis yang lainnya yang tidak disebutkan namanya satu persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan ketulusan hati kalian. Skripsi yang penulis susun ini masih banyak kekurangan, baik dalam materi maupun cara penulisan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang.

Jakarta, 23 Agustus 2016

Penulis,

Nindy Widiyanti

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Tujuan dan Kontribusi Masalah.....	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	11
1. Manajemen Pemasaran.....	11
a. Pengertian manajemen pemasaran.....	11
b. Bauran Pemasaran.....	13
c. Konsep Pemasaran	14
2. Persepsi Kualitas.....	15
a. Pengertian Persepsi Kualitas	15
b. Proses Pembentukan Persepsi Kualitas	17
c. Dimensi Persepsi Kualitas.....	19
3. Persepsi Nilai.....	20

a. Pengertian Persepsi Nilai.....	20
b. Dimensi Persepsi Nilai	23
4. Persepsi Risiko	23
a. Konsep Dasar Risiko	23
b. Pengertian Persepsi Risiko	24
c. Dampak dari Persepsi Risiko.....	27
d. Dimensi Persepsi Risiko.....	27
5. Minat Beli Ulang	28
a. Pengertian Minat Beli Ulang	28
b. Faktor yang mempengaruhiMinatBeliUlang	31
c. Dimensi Minat Beli Ulang.....	34
B. Penelitian Terdahulu.....	35
C. Hubungan Antar Variabel.....	36
1. Hubungan Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Ulang.....	36
2. Hubungan Persepsi Nilai terhadap Minat Beli Ulang.....	36
3. Hubungan Persepsi Risiko terhadap Minat Beli Ulang	37
D. Rerangka Konseptual.....	38
E. Hipotesis.....	37

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	40
1. Waktu Penelitian.....	40
2. Tempat Penelitian	40
B. Desain Penelitian	40
C. Definisi dan Oprasional Variabel.....	41
1. Definisi Variabel	41
2. Oprasional Variabel	44
D. Skala Pengukuran	46
E. Populasi dan Sampel.....	47
1. Populasi	47
2. Sampel	48

F. Teknik Pengumpulan Data.....	48
G. Jenis Data.....	49
H. Metode Analisi Data.....	50
I. Metode Statistik	52
J. Tahap-tahap dalam SEM	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum	61
1. Tempat dan Waktu Penelitian	62
B. Statistik Deskriptif.....	62
1. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin.....	62
2. Deskripsi responden berdasarkan usia	63
3. Deskripsi responden berdasarkan pendidikan formal terakhir	64
4. Deskripsi responden berdasarkan pengeluaran perbulan	64
C. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian	65
Uji Validitas dan Realibilitas Variabel.....	65
a. Variabel Persepsi Kualitas	66
1. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas	66
2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kualitas	68
b. Variabel Persepsi Nilai	69
1. Hasil Uji Validitas Persepsi Nilai	69
2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Nilai	71
c. Variabel Persepsi Risiko	72
1. Hasil Uji Validitas Persepsi Risiko	72
2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Risiko	74
d. Variabel Minat Beli Ulang	75
1. Hasil Uji Validitas Minat Beli Ulang	75
2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Ulang	77

D. Pengolahan Data dan Uji Kecocokan Model Pengukuran	78
1. Uji Kecocokan Keseluruhan Model	78
2. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T-value)	83
3. Pengujian Hipotesis	85
E. Analisis Hasil Penelitian	86
1. Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Ulang.....	86
2. Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Ulang.....	86
3. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Ulang.....	87
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	87
B. Saran	88
 DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	94



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Penjualan Minumanan Coca-Cola	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 oprasional Variabel Persepsi Kualitas	45
Tabel 3.2 oprasional Variabel Persepsi Nilai	45
Tabel 3.3 oprasional Variabel Persepsi Risiko.....	46
Tabel 3.4 oprasional Variabel Minat Beli Ulang.....	46
Tabel 3.5 instrumen Skala Likert.....	47
Tabel 3.6 Goodness Of Fit Index.....	57
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.2 Karakteristik Usia.....	63
Tabel 4.3 Karakteristik Pendidikan Formal Terahir	64
Tabel 4.4 Karakteristik Jumlah Pengeluaran Per Bulan	64
Tabel 4.5 hasil Uji Validitas Persepsi Kualitas	67
Tabel 4.6 hasil Uji Validitas Persepsi Nilai	71
Tabel 4.7 hasil Uji Validitas Persepsi Risiko	74
Tabel 4.8 hasil Uji Validitas Minat Beli Ulang.....	76
Tabel 4.9 hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran (Non Modifikasi)	80
Tabel 4.10 hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran (Modifikasi)	82
Tabel 4.11 hasil Uji Kecocokan Struktural Model Penelitian (Uji <i>T-Value</i>).....	84
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Hipotesis	85

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Tingkat Penjualan Minuman Coca-Cola	5
GAMBAR 1.2 Pra Survey Persepsi Kualitas	6
GAMBAR 1.3 Pra Survey Persepsi Nilai	7
GAMBAR 1.4 2 Pra Survey Persepsi Risiko	7
GAMBAR 2.1 Rerangka Konseptual	38
GAMBAR 3.1 Diagram Konseptual.....	56
GAMBAR 4.1 Model Pengukuran Persepsi Kualitas.....	66
GAMBAR 4.2 Model Pengukuran Persepsi Nilai	70
GAMBAR 4.3 Model Pengukuran Persepsi Risiko	73
GAMBAR 4.4 Model Pengukuran Minat Beli Ulang	76
GAMBAR 4.5 Model Pengukuran Konstruk Variabel Penelitian (Non Modifikasi)	79
GAMBAR 4.6 Model Pengukuran Konstruk Variabel Penelitian (Modifikasi).....	81
GAMBAR 4.7 Model Struktural (T-Value)	84

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner.....	95
Lampiran 2: Hasil Kuesioner	98
Lampiran 3: Uji Statistik Deskriptif	118
Lampiran 4: Hasil Uji Validitas Variabel	119
Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas Variabel	120
Lampiran 6: Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran	120
Lampiran 7: Hasil Kecocokan Keseluruhan Model	122
Lampiran 8: Model Struktural (Uji T)	130
Lampiran 9: Pengujian Hipotesis	132



UNIVERSITAS
MERCU BUANA