

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MINAT BELI ULANG  
DI IKEA**

**SKRIPSI**



**Nama : Syahrezi Arizal**

**NIM : 43118010116**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MINAT BELI ULANG  
DI IKEA**

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



**Nama : Syahrezi Arizal**

**NIM : 43118010116**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syahrezi Arizal

NIM : 43118010116

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya 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.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 20 Oktober, 2022



Syahrezi Arizal

NIM. 43118010116

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Syahrezi Arizal  
NIM : 43118010116  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Minat Beli Ulang Di IKEA  
Tanggal Sidang : 16 Desember 2022

Disahkan Oleh:  
Pembimbing



Dr. Yanto Ramli, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

MERCUBUANA

LPTA 01232045



Please Scan QRCode to Verify

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, inovasi produk, dan promosi terhadap keputusan minat beli ulang di IKEA. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 180 responden, dihitung menggunakan rumus *maximum likelyhood estimation*. Metode penarikan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan jenis teknik penarikan sampel yaitu *convenience sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode *Google Form*, dengan instrument penelitian yaitu kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan minat beli ulang, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan minat beli ulang, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan minat beli ulang di IKEA.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Inovasi Produk, Promosi, Keputusan Minat Beli Ulang.



## ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of product quality, product innovation, and promotion on repurchase decision on IKEA. The sample used is 180 respondent, calculated based on maximum likelihood estimation formula. The sampling method using nonprobability sampling, with sampling type is convenience sampling. The method of data collection using google form method. The data analysis method using Partial Least Square 3.0. The results of this study indicate that product quality has a positive and significant effect on repurchase decision, Product innovation has a positive and significant effect on repurchase decision, And promotion has a positive and significant effect on repurchase decision on IKEA.*

*Keywords: Product Quality, Product Innovation, Promotion, Repurchase Decision*



## KATA PENGANTAR

**Assalamu'alaikum Wr. Wb**

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkah dan limpahan rahmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MINAT BELI ULANG DI IKEA”. Proposal Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis mengetahui bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Dr. Yanto Ramli, MM. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Andriansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf program studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmu dan wawasan.
5. Kedua orang tua, saudara, dan keponakan yang penulis cintai dan sayangi yang juga telah membimbing dan mendidik serta memberi dukungan dan doa yang tiada hentinya kepada penulis.

6. Teman dan sahabat yang telah mendukung dan memberi semangat kepada penulis, sehingga penulis dapat termotivasi dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Dan terakhir kepada pembaca yang meluangkan waktu dalam membaca tulisan ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran, dan masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Terima kasih,

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

Jakarta, 20 Oktober 2022



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Syahrezi Arizal



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	14
C. Tujuan Penelitian .....	14
D. Kontribusi Penelitian.....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>16</b>
A. Kajian Pustaka.....	16
1. Manajemen Pemasaran.....	16
2. Keputusan Minat beli ulang .....	16
3. Kualitas Produk .....	23
4. Inovasi Produk.....	26
5. Promosi.....	29
6. Penelitian Terdahulu.....	32
B. Pengembangan Hipotesis .....	34
1. Hubungan Antar Variabel .....	34
C. Rerangka Konseptual .....	36
D. Pengembangan Hipotesis .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	39

B.	Desain Penelitian.....	39
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	39
	1. Definisi Variabel .....	39
	2. Operasionalisasi Variabel.....	40
D.	Skala Pengukuran Variabel.....	42
E.	Populasi dan Sampel .....	43
F.	Metode Pengumpulan Data.....	44
G.	Metode Analisis Data.....	45
	1. Analisis Partial Least Square.....	45
	2. Langkah – Langkah Pengujian Analisis PLS .....	46
	3. Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ) .....	47
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
B.	Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	50
	1. Deskripsi Responden.....	51
	2. Deskripsi Variabel.....	55
C.	Metode Analisis Data Partial Least Square (PLS).....	58
	1. Pengujian Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	59
	a) <i>Convergent Validity</i> .....	59
	b) <i>Discriminant Validity</i> .....	66
	c) <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	69
	d) <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i> .....	70
	2. Pengujian Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	71
	a) Nilai <i>R-Square (R<sup>2</sup>)</i> .....	71
	b) <i>Q-Square (Goodness of Fit Model)</i> .....	72
	c) Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	72
D.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	76
	1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Minat Beli Ulang.....	76
	2. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Minat Beli Ulang .....	77
	3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Minat Beli Ulang .....	77
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>79</b>
A.	Simpulan .....	79

B. Saran.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Toko <i>Furniture Online</i> yang Berkualitas dan Terpercaya di Indonesia .	7
Tabel 1.2 Tabel Pra Survei .....	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	40
Tabel 3.2 Skala Likert .....	43
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	51
Tabel 4.2 Usia Responden .....	51
Tabel 4.3 Profesi Responden .....	52
Tabel 4.4 Penghasilan Per Bulan Responden .....	53
Tabel 4.5 Pengeluaran Per Bulan Responden.....	54
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Minat Beli Ulang .....	55
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	56
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Inovasi Produk .....	57
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi .....	58
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	62
Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi) .....	65
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Cross Loading</i> ) .....	66
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Fornell Larcker Criterion</i> ).....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) .....	69
Tabel 4.15 Hasil Pengujian <i>Composite Reability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	70
Tabel 4.16 Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> ( $R^2$ ).....	71
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis.....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Industri <i>Furniture</i> di Indonesia .....	3
Gambar 1.2 Rekapitulasi Proyeksi Pertumbuhan Industri Mebel dan Kerajinan Indonesia .....	5
Gambar 1.3 Segmentasi Pemasaran <i>Online</i> Teratas .....	6
Gambar 2.1 Rerangka Konseptual .....	37
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS .....	61
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	64
Gambar 4.3 Hasil Uji <i>Boostrapping</i> .....	75



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Pra Survei .....	85
Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian .....	86
Lampiran 3 : Hasil Karakteristik Responden .....	91
Lampiran 4 : Hasil Karakteristik Jawaban Responden.....	93
Lampiran 5 : Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	95
Lampiran 6 : Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	101

