



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI MEREK,
KESADARAN MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG**
(Studi Kasus pada Alowalo Indonesia melalui *E-Commerce* Shopee)



TESIS

UNIVERSITAS

ANDY SURYA SINAR CHRISTIAN
55120110083

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2023**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI MEREK,
KESADARAN MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG**
(Studi Kasus pada Alowalo Indonesia melalui *E-Commerce* Shopee)

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ANDY SURYA SINAR CHRISTIAN
55120110083

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2023**

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Analisis Pengaruh Persepsi Merek, Kesadaran Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Niat Pembelian Ulang (Studi Kasus pada Alowalo Indonesia melalui E-Commerce Shopee)

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah

Nama : Andy Surya Sinar Christian

NIM : 55120110083

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 28 Agustus 2023

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Studi Pascasarjana Universitas Mercu Buana. Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 28 Juni 2023



(Andy Surya Sinar Christian)

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh Persepsi Merek, Kesadaran Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Niat Pembelian Ulang (Studi Kasus pada Alowalo Indonesia melalui *E-Commerce* Shopee)

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah

Nama : Andy Surya Sinar Christian

NIM : 55120110083

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 23 Agustus 2023

Mengesahkan
Pembimbing



Dr. Baruna Hadibrata, SE., MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi Magister Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dr. Lenny Christina Nawangsari, S.T, MM

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang di tulis oleh :

Nama : Andy Surya Sinar Christian
NIM : 55120110083
Program : MAGISTER MANAJEMEN

Dengan judul :

Analisis Pengaruh Persepsi Merek, Kesadaran Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Niat Pembelian Ulang (Studi Kasus pada Alowalo Indonesia melalui *E-Commerce* Shopee), telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 28 Agustus 2023 didapatkan nilai persentase sebesar 28 %

Jakarta , 28-08-2023

Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

ABSTRACT

This research was to determine the effect of brand perception, brand awareness, product quality and price perception on repurchase intention brand product Alowalo. The subjects of this study are customers of Alowalo brand products who buy through e-commerce Shopee who are live in the DKI Jakarta area. This research was conducted on 175 respondents product customers on the Alowalo brand. Determination of sample size using a purposive sampling. The approach used in this study is the Structural Equation Model (SEM) with a Smart-PLS analysis tool. The results of this research show that the brand perception have a positive and significant effect on repurchase intention, brand awareness has a positive and significant effect on repurchase intention, product quality has a positive significant effect on repurchase intention, price perception have a positive significant effect on repurchase intention of all customers of Alowalo brand products in Shopee e-commerce.

Keywords: Brand Perception, Brand Awareness, Product Quality, Price Perception, Repurchase Intention



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh persepsi merek, kesadaran merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap niat pembelian ulang produk pada *brand* Alowalo. Subjek penelitian ini adalah pelanggan produk *brand* Alowalo yang membeli melalui *e-commerce* Shopee yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta. Penelitian ini dilakukan terhadap 175 responden pelanggan produk pada *brand* Alowalo. Penentuan ukuran sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis *Smart-PLS*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang, kesadaran merek berpengaruh positif signifikan terhadap niat pembelian ulang, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang, persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap niat pembelian ulang pada pelanggan produk *brand* Alowalo di *e-commerce* Shopee.

Kata Kunci: Persepsi Merek, Kesadaran Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Niat Pembelian Ulang



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul “Analisis Pengaruh Persepsi Merek, Kesadaran Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Niat Pembelian Ulang (Studi Kasus pada Alowalo Indonesia melalui *E-Commerce* Shopee)”. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar MM pada Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Secara khusus penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Baruna Hadibrata, SE., MM sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan dan diskusi yang intensif terkait tesis penulis. Oleh karena itu, salam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, S.T, MM, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Mercu Buana.
4. Dosen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana, Jakarta yang telah memberikan pengetahuan dan pengalamannya di dunia akademisi.
5. Teristimewa kepada kedua orang tua, mama tercinta, kaka dan keluarga penulis yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan.
6. Teman-Teman seangkatan di Universitas Mercubuana Menteng yang sudah berjuang bersama.
7. Mr. Ludovic Bouvier who always support my magister program.
8. ID Logistics Indonesia team yang selalu memberikan dorongan, support, serta doa.

9. Teman serta sahabat yang tidak bisa kusebutkan satu persatu yang selalu mendukung serta mendoakanku.

Penulis menyatakan perminataan maaf apabila terdapat beberapa kesalahan dan kekurangan dalam penelitian ini, karena sesungguhnya kesempurnaan hanya milik Tuhan Yang Maha Esa, Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 28 Agustus 2023



Andy Surya Sinar Christian

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN SIMILARITY	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kontribusi Penelitian	12
BAB II	13
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
2.1 Kajian Teori	13
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Pengembangan Hipotesis	39
2.4 Kerangka Pemikiran.....	42
BAB III	44
METODE PENELITIAN	44
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	44
3.2 Desain Penelitian	44
3.3 Definisi dan Operasional Variabel.....	45
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	49
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	50

3.6	Metode Analisis Data.....	51
BAB IV	56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1	Deskripsi Perusahaan	56
4.2	Analisis Data Deskriptif.....	57
4.3	Hasil Analisis <i>Partial Least Square</i>	64
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	79
BAB V	82
KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1	Kesimpulan	82
5.2	Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	92
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	152



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Identifikasi Pembeli Lebih Dari Sekali Pada Tahun 2022	4
Tabel 1.2	Data Kompetitor Alowalo di <i>E-Commerce</i> Shopee	5
Tabel 1.3	Daftar Harga Produk Alowalo.....	7
Tabel 1.4	Hasil Pra Survey Faktor Dari Niat Pembelian Ulang.....	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	46
Tabel 3.2	Skala Likert	51
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	58
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini	58
Tabel 4.5	Analisa Jawaban Responden Terhadap Persepsi Merek	59
Tabel 4.6	Analisa Jawaban Responden Terhadap Kesadaran Merek.....	60
Tabel 4.7	Analisa Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk	61
Tabel 4.8	Analisa Jawaban Responden Terhadap Persepsi Harga	62
Tabel 4.9	Analisa Jawaban Responden Terhadap Niat Pembelian Ulang	63
Tabel 4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	66
Tabel 4.11	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	68
Tabel 4.12	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loadings</i>).....	70
Tabel 4.13	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell-Lacker Criterion</i>)	72
Tabel 4.14	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i>)	72
Tabel 4.15	Hasil Pengujian AVE (<i>Average Variance Extracted</i>).....	73
Tabel 4.16	Hasil Pengujian <i>Validity</i> dan <i>Reability Construct</i>	73
Tabel 4.17	Hasil Pengujian Multikolienaritas (<i>Inner VIF Model</i>).....	74
Tabel 4.18	Hasil Uji <i>R-Square</i>	75
Tabel 4.19	Hasil Uji <i>F-Square</i>	76
Tabel 4.20	Hasil Pengujian Redudansi Validasi-Silang Konstruk.....	77
Tabel 4.21	Hasil Q^2 <i>Predictive Relevance</i> dan <i>Goodness of Fit</i>	77
Tabel 4.22	Hasil Pengujian Hipotesis	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Contoh Produk Alowalo	6
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	42
Gambar 4.1	Hasil Algoritma PLS	67
Gambar 4.2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)	69
Gambar 4.3	Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	92
Lampiran 2	Tabulasi Jawaban Responden	96
Lampiran 3	Tabulasi Variabel	101
Lampiran 4	Hasil Kuesioner Google <i>Form</i>	126
Lampiran 5	Hasil Olah Data PLS	141
Lampiran 6	<i>Curriculum Vitae</i>	152



UNIVERSITAS
MERCU BUANA