



**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN ASOSIASI MEREK
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS
FROZEN FOOD “ADA RASA”)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

SUCIATI WULANDARI

NIM : 201911407

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**



**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN ASOSIASI MEREK
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS *FROZEN FOOD* “ADA RASA”**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :
SUCIATI WULANDARI
201911407

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN ASOSIASI MEREK
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS FROZEN FOOD ADA RASA)**

Nama : Suciati Wulandari

Nim : 201911407

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

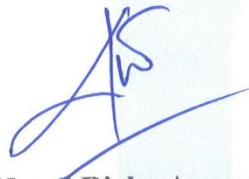
Kudus,

Mengetahui,
Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN 0024037701

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, SE.,MM)
NIDN 0628048702

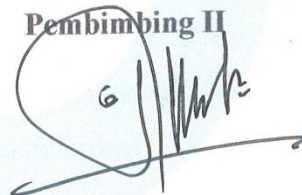
Mengetahui,

Dekan



(Dr. Kertati Sumekar, SE., M.M)
NIDN 0616077304

Pembimbing II



(Faridhatun Faidah, SE.,MM)
NIDN 0601099201

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“ Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkanlah jejak.” – Ralph Waldo Emerson

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada

:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat serta Hidayah-Nya.
2. Bapak Witono dan Ibu Sismindar yang selalu memberikan dukungan, do'a, materi, serta kasih sayang yang penuh dengan keikhlasan.
3. Kakak dan Saudara yang memberikan dukungan dan do'a.
4. Ibu Nurul Rizka Arumsari, SE.,MM yang telah memberikan ijin dalam penyusunan skripsi ini.
5. Sahabat dan teman-temanku yang selalu memberikan dukungan dan pengalaman.
6. Almameter Universitas Muria Kudus yang telah memberikan saya ilmu dan pengalaman.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah S.W.T yang maha Rahman dan Rahim. Karena atas limpahan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis pada akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ **Pengaruh Kesadaran Merek dan Asosiais Merek terhadap Minat Beli Ulang dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening** ” Sebagai tugas akhir dalam menyelesaikan studi pada Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Penulis mengakui bahwa untuk mengumpulkan bahan, literatur dan data yang berkaitan dengan skripsi ini, kemudian mengkaji, menganalisis serta bantuan beberapa pihak yang berupa tenaga dan saran, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu sudah sepantasnyalah apabila pada kesempatan yang baik ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang setinggi tingginya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku rector Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan petunjuk, membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

5. Faridhatun Faidah, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan petunjuk, membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Bapak Witono, beliau memang tidak sempat menyelesaikan bangku Sekolah Menengah Pertama karena adanya suatu halangan, namun beliau mampu mendidik penulis, memberikan semangat dan motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana.
8. Pintu surgaku, Ibunda Sismindar terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat, dan doa yang diberikan selama ini. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terimakasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala.
9. Kedua kakakku, Purnomo dan Widarwati Dewi Anjarsari. Terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh Pendidikan selama ini, terima kasih atas semangat, doa, dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis.
10. Sahabat penulis, Ayu, Dewi, Annisa, Ulfa, Ulya, Weni, Adrana, Amel, dan Enno yang telah banyak membantu dan membersamai proses penulis dari awal proposal sampai tugas akhir. Terima kasih atas segala bantuan, waktu,

support, dan kebaikan yang diberikan kepada penulis selama ini. *See you on top, guys.*

11. Dan yang terakhir, kepada perempuan sederhana namun terkadang sangat sulit dimengerti isi kepalanya, sang penulis sebuah karya tulis ini, diri saya sendiri, Suciati Wulandari. Seorang perempuan yang berumur 21 tahun saat menciptakan karya tulis ini namun terkadang sifatnya seperti anak kecil pada umumnya. Terima kasih telah hadir di dunia walaupun mungkin tidak sedikit yang tidak ikut serta merayakan hadirmu di dunia namun selalu bersyukur karena banyak pula manusia yang dengan bahagia merayakan kehadiranmu di dunia. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini melewati banyaknya rintangan hidup yang tidak tertebak adanya. Terima kasih tetap memilih hidup dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walaupun seringkali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Wulan. Rayakan selalu kehadiranmu di dunia semua hal yang membuatmu hidup. Pastikan jiwamu selalu menjadi bagian dari hal baik di alam semesta, semoga engkau lahir berkali-kali.

Kudus, 2023
Penulis

Suciati Wulandari
201911407

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN ASOSIASI MEREK
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS
FROZEN FOOD ADA RASA)**

Suciati Wulandari

201911407

Pembimbing : 1. Nurul Rizka Arumsari, SE.,MM

2. Faridhatun Faidah SE., MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran merek dan asosiasi merek terhadap minat beli ulang dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening (studi kasus frozen food ada rasa). Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan data yang digunakan adalah data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah tidak dikenahi populasinya. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *Purposive sampling* dengan jumlah sample 120. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan AMOS 24.0. penelitian memiliki hasil (1) Kesadaran Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (2) Asosiasi Merek berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (3) Kesadaran Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli ulang. (4) Asosiasi Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli ulang. (5)Keputusan Pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli ulang.

Kata Kunci : Kesadaran merek, asosiasi merek, keputusan pembelian,minat beli ulang.

***THE EFFECT OF BRAND AWARENESS AND BRAND ASSOCIATION ON
REPURCHASE INTEREST WITH PURCHASE DECISIONS AS AN
INTERVENING VARIABLE (CASE STUDY OF FROZEN FOOD ADA
RASA)***

Suciati Wulandari

201911407

Pembimbing : 1. Nurul Rizka Arumsari, SE.,MM

2. Faridhatun Faidah SE., MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRACTION

This study aims to determine the effect of brand awareness and brand association on repurchase intention with purchase decisions as an intervention variable (case study of flavored frozen food). This type of research is a quantitative research and the data used is primary data. The population in this study is not known population. Sampling of this study used purposive sampling with a total sample of 120. Data analysis in this study used AMOS 24.0. research has results (1) Brand Awareness has a positive and significant effect on Purchasing Decisions. (2) Brand Association has a negative and insignificant effect on Purchase Decision. (3) Brand warning has a positive and significant effect on repurchase intention. (4) Brand Association has a positive and significant effect on repurchase intention. (5) Purchase decisions have a positive and significant effect on repurchase intention.

Kata Kunci : Brand awareness, brand association, purchase decision, repurchase intention.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATAPENGANTAR	v
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACTION	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup	7
1.3 Perumusan masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.2 Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	11
2.2.1 Pengertian Minat Beli Ulang.....	11
2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli Ulang	11
2.2.3 Indikator Minat Beli Ulang	13
2.3 Variabel Kesadaran Merek (X1).....	14
2.3.1 Pengertian Kesadaran Merek.....	14
2.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kesadaran Merek.....	14
2.3.3 Indikator Kesadaran Merek	14
2.4 Variabel Asosiasi Merek (X2).....	15
2.4.1 Pengertian Asosiasi Merek.....	15
2.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Asosiasi Merek.....	16
2.4.3 Indikator Asosiasi Merek	17

2.5	Variabel Keputusan Pembelian (Z)	17
2.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.5.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian ...	18
2.5.3	Indikator Keputusan Pembelian.....	18
2.6	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	19
2.7	Pengaruh Antar Variabel	27
2.7.1	Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian	27
2.7.2	Pengaruh Asosiasi Merek terhadap Keputusan Pembelian...	27
2.7.3	Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Minat beli ulang	28
2.7.4	Pengaruh Asosiasi Merek terhadap Minat beli ulang	28
2.7.5	Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Minat beli ulang	30
2.8	Kerangka Pikir Teoritis	31
2.9	Hipotesis	31
BAB III	METODE PENELITIAN	32
3.1	Rancangan Penelitian	32
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	32
3.2.1	Variabel Penelitian	32
3.2.2	Definisi Operasional.....	33
3.3	Jenis dan Sumber Data	35
3.4	Populasi dan sampel	36
3.5	Pengumpulan Data.....	38
3.6	Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	39
3.7	Pengolahan Data.....	40
3.8	Analisis Data.....	41
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.1.1	Gambaran Umum Frozen Food “Ada Rasa”	48
4.1.2	Deskripsi Responden	49
4.1.3	Gambaran Umum Populasi Penelitian.....	49
4.1.4	Hasil Tanggapan Responden Pada Variabel Penelitian.....	50
4.2	Analisis Data.....	52
4.2.1	Pengujian Konfirmatori Variabel Eksogen dan Endogen.....	52

4.2.2 Uji Normalitas	55
4.2.3 Uji Outlier.....	56
4.2.4 Analisis Validitas Konstruk Full Model.....	57
4.2.5 Analisis Konfirmatori Full Model.....	59
4.3 Analisis Square Multiple Correlations	60
4.4 Uji Hipotesis.....	61
4.4.1 Pengujian Hipotesis 1	63
4.4.2 Pengujian Hipotesis 2	63
4.4.3 Pengujian Hipotesis 3	63
4.4.4 Pengujian Hipotesis 4	63
4.4.5 Pengujian Hipotesis 5	64
4.5 Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung	64
4.5.1 Analisis Pengaruh Langsung	64
4.5.2 Analisis Pengaruh Tidak Langsung.....	65
4.6 Pembahasan	65
4.6.1 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian	65
4.6.2 Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.6.3 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Ulang.....	67
4.6.4 Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Minat Beli Ulang.....	68
4.6.5 Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Minat beli ulang	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR TABEL

Tabel		Hal
Tabel 3.1	Kuesioner.....	38
Tabel 4.1	Data Responden.....	49
Tabel 4.2	Hasil Tanggapan Responden pada kesadaran merek (X_1)....	50
Tabel 4.3	Hasil Tanggapan Responden pada asosiasi merek (X_2)	51
Tabel 4.4	Hasil Tanggapan Responden pada minat beli ulang (Y)	51
Tabel 4.5	Hasil Tanggapan Responden pada keputusan pembelian (Z)	52
Tabel. 4.6	Uji Model Goodness of Fit Variabel Eksogen.....	53
Tabel. 4.7	Uji Model Goodness Of Fit Variabel Endogen Setelah Perbaikan Model.....	55
Tabel 4.8	Uji Normalitas Data.....	56
Tabel 4.9	Mahalanobis d-squared.....	57
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Construct Reliability Dan Variance Extracted	58
Tabel 4.11	Uji Model Goodness of Fit Model Full SEM.....	60
Tabel 4.12	Square Multiple Correlations	60
Tabel 4.13	Tabel Regression Weights	61
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Hipotesis.....	62
Tabel 4.15	Tabel Hasil Estimasi Direct Effect	64
Tabel 4.16	Tabel Hasil Estimasi Indirect Effect.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian Pengaruh Kesadaran Merek dan Asosiasi Merek terhadap Minat beli ulang dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening	31
Gambar 4.1 Output Pengujian Konfirmatori Variabel Eksogen	53
Gambar 4.2 Output Pengujian Konfirmatori Variabel Endogen	54
Gambar 4.3 Hasil Uji Full Model Structural Equation Modelling (SEM)	59

