



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, *BRAND IMAGE*,
DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG
(STUDI PADA MAHASISWI PENGGUNA EMINA DI PROGRAM STUDI
MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

VIOLA SYOFI ASTARI DEWI

NIM : 201911715

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

TAHUN 2023



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, *BRAND IMAGE*,
DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG
(STUDI PADA MAHASISWI PENGGUNA EMINA DI PROGRAM STUDI
MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

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

Oleh :

VIOLA SYOFI ASTARI DEWI

NIM : 201911715

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

TAHUN 2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, BRAND
IMAGE, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI
ULANG (STUDI PADA MAHASISWI PENGGUNA EMINA DI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Viola Syofi Astari Dewi

NIM : 201911715

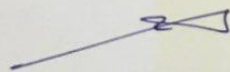
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,.....

Mengetahui

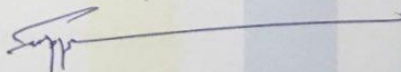
Ketua Program Studi



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

NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Dr. Supriyono, S.E., M.M)

NIDN. 0614037104

Mengetahui



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)

NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV)

NIDN. 0619108502

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Allah SWT tidak akan membebani seorang hamba melainkan sesuai dengan kemampuannya”

(Q.S Al-Baqarah:286)

“Dan barang siapa bertakwa kepada Allah, niscaya Dia menjadikan kemudahan baginya dalam urusannya”

(Q.S At-Talaq:4)

Persembahan :

1. Allah SWT.
2. Ibu dan Bapak tersayang
3. Dosen Pembimbing
4. Sahabat dan teman-temanku yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi
5. Almamaterku, Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, BRAND IMAGE, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI PADA MAHASISWI PENGGUNA EMINA DI PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS)”**. adapun maksud penulisan ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.

Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, atas segala nikmat dan hidayahnya, Tuhan semesta alam yang senantiasa memberi petunjuk, kekuatan lahir batin sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati., S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.

4. Dr. Supriyono., SE., M.M selaku dosen pembimbing satu yang sudah sabar membimbing saya dan memberikan arahan yang baik dalam penyusunan skripsi saya.
5. Hutomo Rusdianto., SE., MBA., AWM., QWM., CBV selaku dosen pembimbing dua yang sudah sabar membimbing saya dan memberikan arahan yang baik dalam penyusunan skripsi saya.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah membekali ilmu, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang senantiasa mendukung secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat serta teman-temanku yang telah memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.

Kudus, Agustus 2023

Penulis

Viola Syofi Astari Dewi

201911715

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, BRAND IMAGE, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI PADA MAHASISWI PENGGUNA EMINA DI PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS)

VIOLA SYOFI ASTARI DEWI

NIM. 201911715

Dosen Pembimbing 1. Dr Supriyono, S.E., M.M,

Dosen Pembimbing 2. Hutomo Rusdianto, S.E., MBA

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PRORAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini menguji : (1) pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang Produk Emina di Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus, (2) pengaruh inovasi produk terhadap minat beli ulang Produk Emina di Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus, (3) pengaruh *brand image* terhadap minat beli ulang Produk Emina di Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus, (4) pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang Produk Emina di Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus, (5) pengaruh kualitas produk, inovasi produk, *brand image*, dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang Produk Emina di Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswi aktif program studi manajemen universitas muria kudus angkatan 2019. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 50 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap minat beli ulang Produk Emina, (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan inovasi produk terhadap minat beli ulang Produk Emina, (3) terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan *brand image* terhadap minat beli ulang Produk Emina, (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen minat beli ulang Produk Emina, (5) terdapat pengaruh kualitas produk, inovasi produk, *brand image*, dan kepuasan konsumen secara bersama-sama terhadap minat beli ulang Produk Emina

Kata Kunci : Kualitas Produk, Inovasi Produk, Brand Image, Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRODUCT INNOVATION, BRAND IMAGE, AND CUSTOMER SATISFACTION ON REPURCHASE INTENTION (THE STUDY OF STUDENTS USING EMINA MAJORING MANAGEMENT AT MURIA KUDUS UNIVERSITY)

VIOLA SYOFI ASTARI DEWI

NIM. 201911715

Dosen Pembimbing 1. Dr Supriyono, S.E., M.M,

Dosen Pembimbing 2. Hutomo Rusdianto, S.E., MBA

MURIA KUDUS UNIVERSITY FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT

This study aims to determine: (1) the effect of product quality on repurchase intention for Product Emina in Study Program Of Management , (2) the effect of product innovation on repurchase intention for Product Emina in Study Program Of Management (3) the effect of brand image on repurchase intention for Product Emina in Study Program Of Management, Management (4) the effect of customer satisfaction on repurchase intention for Product Emina in Study Program Of Management,(5) the effect of product quality,product innovation, brand image, and customersatisfaction on repurchase intention for Product Emina in Study Program Of Management. The population in this study were study program of management universitas muria kudus 2019. The sampling technique used purposive sampling with a total sample of 50 people. Data collection techniques using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used is multiple regression. The results of the study indicate that: (1) there is a positive and significant influence of product quality on repurchase intention for Product Emina, (2) there is a positive and significant influence of product innovation on repurchase intention for Product Emina, (3) there is a negative and no significant effect on repurchase intentionProduct Emina, (4) there is a positive and significant effect on repurchase intention Product Emina, (5) there is an effect of product quality, product innovation, brand image,andcustomer satisfaction together on the repurchase intention Product Emina.

Keywords: product quality, product innovation, brandimage, customer satisfaction,repurchase intention

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	11
1.3 Perumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	15
2.1.2 Minat Beli Ulang.....	16
2.1.3 Kualitas Produk.....	21
2.1.4 Inovasi Produk	25
2.1.5 <i>Brand Image</i>	30
2.1.6 Kepuasan Konsumen.....	34
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	38
2.3 Pengaruh Antar Variabel	45
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	45
2.3.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang	46
2.3.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli Ulang	47
2.3.4 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang	47

	Halaman
2.3.5 Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Brand Image dan Kepuasan Konsumen Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Minat Beli Ulang	48
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	49
2.5 Hipotesis Penelitian	50
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Rancangan Penelitian	52
3.2 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	53
3.2.1 Variabel Penelitian	53
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	54
3.2.2.1 Minat Beli Ulang.....	54
3.2.2.2 Kualitas Produk.....	55
3.2.2.3 Inovasi Produk	56
3.2.2.4 <i>Brand Image</i>	56
3.2.2.5 Kepuasan Konsumen.....	57
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	58
3.3.1 Jenis Data	58
3.3.2 Sumber Data.....	59
3.4 Populasi dan Sampel	59
3.4.1 Populasi.....	59
3.4.2 Sampel.....	60
3.5 Pengumpulan Data.....	62
3.6 Pengolahan Data.....	63
3.7 Analisis Data.....	66
3.7.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	67
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	69
3.7.3 Analisis Linier Berganda	72
3.7.4 Uji t.....	73
3.7.5 Uji F.....	74
3.7.6 Koefisien Determinasi (R^2)	76
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	77
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	77
4.1.1 Sejarah Singkat PT Paragon Technology and Inovation (Emina)	77
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	78

	Halaman
4.1.3 Deskripsi PT Paragon Technology and Innovation	79
4.1.4 Produk Emina.....	79
4.2 Penyajian Data.....	81
4.2.1 Deskripsi Responden	81
4.2.1. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
4.2.1. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	81
4.2.2 Deskripsi Data Jawaban Responden per Variabel	82
4.2.2.1 Minat Beli Ulang.....	81
4.2.2.2 Kualitas Produk.....	81
4.2.2.3 Inovasi Produk	81
4.2.2.4 <i>Brand Image</i>	81
4.2.2.5 Kepuasan Konsumen.....	81
4.2.3 Uji Instrumen	87
4.2.3.1 Uji Validitas	87
4.2.3.2 Uji Reliabilitas	87
4.3 Analisis Data	90
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	90
4.3.1.1 Uji Normalitas.....	90
4.3.1.2 Uji Multikolinearitas	90
4.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	90
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	93
4.3.3 Uji Hipotesis	95
4.3.3.1 Uji t	95
4.3.3.2 Uji f.....	95
4.4 Pembahasan	100
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	100
4.4.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang	101
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli Ulang	102
4.4.4 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang	102
4.4.5.... Pengaruh Secara Simultan Kualitas Produk, Inovasi Produk, <i>Brand Image</i> , dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang.....	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
5.1 Kesimpulan	104

	Halaman
5.2 Saran	105
5.2.1Bagi Perusahaan	105
5.2.2Bagi Peneliti Selanjutnya	105
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	111



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Pengguna Kosmetik Periode 2010-2023	3
Tabel 1.3 Data Skincare Terlaris Dari Top 10 Brand Lokal	5
Tabel 1.2 Data Penjualan <i>Brand</i> Emina Shopee dan Tokopedia di <i>E-Commerce</i> tahun 2021	7
Tabel 1.2 Data Penjualan <i>Brand</i> Emina Shopee dan Tokopedia di <i>E-Commerce</i> tahun 2022.....	7
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	81
Tabel 4.3 Data Jawaban Responden Variabel Minat Beli Ulang.....	82
Tabel 4.4 Data Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	83
Tabel 4.5 Data Jawaban Responden Variabel Inovasi Produk	84
Tabel 4.6 Data Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i>	85
Tabel 4.7 Data Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen.....	86
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	88
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	89
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	90
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	91
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	93
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	95
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	99
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	99

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	50
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	93

