

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI MINAT PEMBELIAN ULANG:
Studi Empiris Pada Konsumen Tsabita Bakery
di Surakarta**

TESIS

Diajukan Kepada
Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Magister Manajemen



Disusun Oleh:

KHAIRUN NURHAYATI

NIM. P100140043

**MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2016

NOTA PEMBIMBING

Drs. Wiyadi, M.M., Ph. D

Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas

Hal: Tesis Saudara Khairun Nurhayati

Kepada Yth.

Ketua Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap tesis saudara:

Nama	: Khairun Nurhayati
NIM	: P 100140043
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Judul	: Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat pembelian Ulang ; Studi Empiris Pada Konsumen Tsabita Bakery Di Surakarta

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tesis pada Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Surakarta, 04 Oktober 2016

Pembimbing I,



Drs. Wiyadi, M.M., Ph. D

NOTA PEMBIMBING

Soepatini, SE., M.Si., Ph. D

Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas

Hal: Tesis Saudara Khairun Nurhayati

Kepada Yth.

Ketua Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap tesis saudara:

Nama	: Khairun Nurhayati
NIM	: P 100140043
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Judul	: Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat pembelian Ulang ; Studi Empiris Pada Konsumen Tsabita Bakery Di Surakarta

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tesis pada Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Surakarta, 04 Oktober 2016

Pembimbing 2,



Soepatini, SE., M.Si., Ph. D

TESIS BERJUDUL

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEMBELIAN ULANG : STUDI EMPIRIS PADA KONSUMEN TSABITA BAKERY DI SURAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

KHAIRUN NURHAYATI

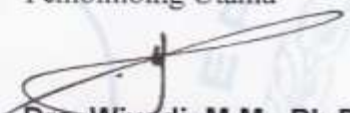
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 18 Oktober 2016

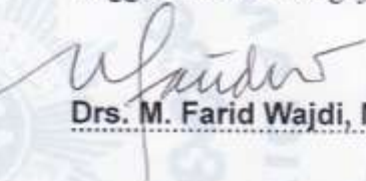
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

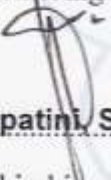
Pembimbing Utama


Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D.

Anggota Dewan Penguji Lain


Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph.D.

Pembimbing Pendamping I

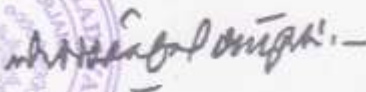

Soepatini, S.E., M.Si. Ph.D.

Pembimbing Pendamping II

Surakarta, 26 Oktober 2016

Universitas Muhammadiyah Surakarta
Sekolah Pascasarjana
Direktur,




Prof. Dr. Khudzaifah Dimiyati

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Khairun Nurhayati

Nim : P 100 140 043

Program Studi : Magister Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI MINAT PEMBELIAN ULANG:
STUDI EMPIRIS PADA KONSUMEN TSABITA
BAKERY DI SURAKARTA

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Tesis yang saya serahkan ini benar-benar karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti tesis ini jiplakan, gelar yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 04 Oktober 2016



Yang membuat pernyataan

KHAIRUN NURHAYATI

P 100 140 043

MOTTO

- ✓ *Barang siapa keluar rumah untuk menuntut ilmu maka ia dalam jihad fisabilah hingga kembali.*
(*H.R. bukhari*)

- ✓ *Tidak ada pemberian dari orang tua kepada anaknya yang lebih utama daripada budi pekerti yang baik.*
(*H.R. Tirmidzi*)

- ✓ *Harta yang tak pernah habis adalah Ilmu pengetahuan dan ilmu yang tak ternilai adalah pendidikan.*
(*Penulis*)

- ✓ *Pendidikan merupakan senjata yang paling mematikan di dunia, karena dengan Pendidikan mampu mengubah dunia.*
(*Nelson Mandela*)

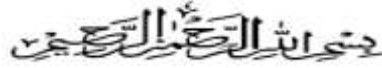
- ✓ *Hidup itu harus terus melangkah maju, jika tidak maka Anda akan tetap berada ditempat. Dan modal untuk melangkah maju adalah ilmu.*
(*Penulis*)

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur Alhamdulillah, kupersembahkan karya kecilku ini untuk orang-orang yang kusayangi:

- Kedua orang tuaku tercinta, Bapak H. Tas'an dan Ibu Hj. Siti Robi'ah dengan segala hormat dan baktiku yang telah merawat, mendidik, membesarkan, membimbingku, dan motivasi besar dalam hidupku yang tak pernah jemu mendoakan dan menyayangiku selama ini.
- Kakak-kakakku (Ahmad, Rofik, Tsalis) tiada yang paling mengharukan saat kumpul bersama kalian menjadi warna yang tak akan bisa tergantikan, yang selalu berbagi kasih sayang serta inspirasiku.
- Setyo Nugroho terima kasih untuk kasih sayang, perhatian, dan kesabaranmu yang selalu memberikanku semangat.
- Untuk kawan sepejuangan Stevi, Oss, Dilla, Erni terima kasih telah menjadi teman terbaikku pada masa-masa kuliah, semoga kita dapat mencapai harapan serta mimpi-mimpi kita.
- Tak lupa juga teman-teman seperjuangan Magister Manajemen angkatan 2014 (khususnya kelas B).
- Terima kasih yang tak terhingga buat dosen-dosenku khususnya pembimbingku yang tak pernah lelah dan sabar memberikan bimbingan dan arahan kepadaku.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana (S2) Jurusan Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa tesis ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan tesis ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya, *Jazakumullooh khoiron katsiroo* kepada:

1. Prof. Dr. Bambang Setiaji, M.si, Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Prof. Dr. Khudzaifah, Dimiyati, S. H, M.Hum.,. Diretur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Drs M Farid Wajdi, M.M, Ph.D., Ketua Program Pascasarjana Magister Manajemen.
4. Wiyadi, Ph.D, dan Soepatini, Ph.D selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah berkenan memberikan petunjuk, arahan, bimbingan, saran-saran mulai dari awal sampai dengan terselesaikannya penyusunan tesis ini.
5. Seluruh dosen Magister Manajemen telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Kedua orang tuaku, kakak-kakak dan @bee yang selalu memberikan kebahagiaan, motivasi, dan menjadi semangat hidupku.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, semoga Allah SWT memberikan rahmat, ridho dan karunia serta hidayah-Nya

Penulis menyadari tesis ini masih banyak kekurangan, dan jauh dari sempurna. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
MOTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	7
1. Minat Pembelian Ulang.....	7
2. Citra Merek	8
3. Promosi	9
4. Harga	10
5. Kualitas Produk	12
B. Penelitian Terdahulu	13
C. Kerangka Pemikiran	16
D. Pengembangan Hipotesis	17
1. Hubungan citra merek dengan minat pembelian ulang	17

2. Hubungan promosi dengan minat pembelian ulang	17
3. Hubungan harga dengan minat pembelian ulang	18
4. Hubungan kualitas produk dengan minat pembelian ulang ..	18

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain dan Obyek Penelitian	19
1. Desain Penelitian	19
2. Obyek Penelitian	19
B. Populasi, Sampel dan Sampling.....	19
1. Populasi	19
2. Sampel	19
3. Sampling	20
C. Metode Pengumpulan Data	20
D. Pengukuran Analisis Data Statistik	21
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	21
1. Minat Pembelian Ulang	21
2. Citra Merek	22
3. Promosi	22
4. Harga	22
5. Kualitas Produk	23
F. Data dan Teknik Pengumpulan Data	23
1. Uji Validitas	24
2. Uji Reliabilitas	24
G. Uji Prasyarat Analisis	25
1. Uji Normalitas	25
2. Uji Multikolinearitas	25
3. Uji Heteroskedastisitas.....	26
4. Uji Linearitas.....	26
H. Teknik Analisis Data	27
1. Analisis Regresi Berganda	27
2. Koefisien Determinasi	27
3. Uji F (ketepatan model)	28
4. Uji t (ketepatan parameter)	28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	29
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	29
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	29
B. Analisis Data	30
1. Deskripsi Statistik	30
2. Deskripsi Frekuensi Tanggapan Responden	31
3. Uji Instrumen Penelitian.....	36
a. Uji Validitas	36
b. Uji Reliabilitas	38
4. Uji Prasyarat Analisis.....	39
a. Uji Normalitas	39
b. Uji Multikolinearitas	40
c. Uji Heteroskedastisitas.....	40
d. Uji Linearitas.....	41
5. Analisis Data	41
a. Analisis Regresi Linier Berganda	41
b. Koefisien Determinasi	42
c. Uji F (ketepatan model)	43
d. Uji t (ketepatan parameter)	43
C. Pembahasan	47
1. Pengaruh citra merek terhadap minat pembelian ulang	47
2. Pengaruh promosi terhadap minat pembelian ulang	48
3. Pengaruh harga terhadap minat pembelian ulang	48
4. Pengaruh kualitas produk terhadap minat pembelian ulang....	49

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	50
B. Keterbatasan Penelitian	50
C. Saran	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Pekerjaan ...	29
Tabel 4.2 Deskripsi Statistik	30
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Minat Pembelian Ulang ...	32
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek	33
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Promosi	34
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Harga.....	35
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk	36
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Pembelian Ulang	37
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	37
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	37
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	38
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	38
Tabel 4.13 Rangkuman Hasil Uji Realibilitas	39
Tabel 4.14 Rangkuman Hasil Uji Normalitas	39
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikoloniaritas	40
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	40
Tabel 4.17 Hasil Uji Linieritas	41
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	42

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	16
Gambar 4.1 Gambar Statistik Uji F	43
Gambar 4.2 Gambar Statistik Uji t Citra Merek	44
Gambar 4.3 Gambar Statistik Uji t Promosi	45
Gambar 4.4 Gambar Statistik Uji t Harga	46
Gambar 4.5 Gambar Statistik Uji t Kualitas Produk	47

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Angket Penelitian	56
Lampiran 2 Data Hasil Tryout	60
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	61
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	66
Lampiran 5 Data Responden	71
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	95
Lampiran 7 Deskriptif Statistik	98
Lampiran 8 Deskriptif Frekuensi Tanggapan Responden	99
Lampiran 9 Regresi Linier berganda	106
Lampiran 10 Tabel Nilai Kritik dari Product Moment.....	108
Lampiran 11 Tabel F	109
Lampiran 12 Tabel t	105

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the influence of brand image, promotion, price, quality of product to re-purchase interest Tsabita Bakery in Surakarta. The data used are primary data obtained from 105 respondents' answers were taken with non probability sampling technique. The data required is obtained through the questionnaire method. Previous questionnaires have been tested-piloted and tested for validity and reliability were tested. Classic assumption test results show that the normal distribution of data, nothing happens multikolinearitas, did not happen heteroskedastisitas, and has been linear. Data analysis technique used is multiple linear regression analysis, the coefficient of determination (R^2), the F test (precision model), t test (accuracy parameter). Results of regression analysis regression equation: brand image variables to give a significant positive effect on repurchase interest. Promotion variables significant positive effect on the interest The purchase again. Variable rates had a negative impact significantly on the interest The purchase again. and the variable quality of the products is a significant positive effect on repurchase interest.

Keywords : Brand Image, Promotion, Price, Quality Products, Repurchase intention Tsabita Bakery in Surakarta

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah Menganalisis pengaruh citra merek, promosi, harga, kualitas produk terhadap minat pembelian ulang *Tsabita Bakery* di Surakarta. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari jawaban 105 responden yang diambil dengan teknik *non probability sampling*. Data yang diperlukan diperoleh melalui metode angket. Sebelumnya angket telah diuji-cobakan dan diuji validitas serta diuji reliabilitas. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan sudah linear. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), uji F (ketepatan model), uji t (ketepatan parameter). Hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi: variabel citra merek memberi pengaruh positif yang signifikan terhadap minat pembelian ulang. Variabel promosi berpengaruh positif yang signifikan terhadap minat pembelian ulang. Variabel harga memberikan pengaruh negatif yang signifikan terhadap minat pembelian ulang. dan variabel kualitas produk berpengaruh positif yang signifikan terhadap minat pembelian ulang.

Kata Kunci : Citra Merek, Promosi, Harga, Kualitas Produk, Minat Pembelian Ulang *Tsabita Bakery* di Surakarta