

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP MINAT BELI ULANG DI MASA PANDEMI COVID-19**

**(Studi Pada Konsumen OKUI Kopi 3.0 Surabaya)**



**Oleh :**

**Nabela Rizka Aprilia**

**NPM: 18.1.02.11392**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)  
SURABAYA**

**2022**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP MINAT BELI ULANG DI MASA PANDEMI COVID-19**

**(Studi Pada Konsumen OKUI Kopi 3.0 Surabaya)**



**Oleh :**

**Nabela Rizka Aprilia**

**NPM: 18.1.02.11392**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)  
SURABAYA**

**2022**

















## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI .....	i
HALAMAN SAMPUL JUDUL DALAM SKRIPSI.....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN TIM PENGESAHAN PENGUJI .....	iv
HALAM PERNYATAAN .....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK .....	xvii
<i>ABSTRACT</i> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	13
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	14
<b>BAB II TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	<b>15</b>
2.1 Tujuan Teoritis .....	15
2.1.1 Harga .....	15
2.1.1.1 Pengertian Harga.....	15
2.1.1.2 Peranan Harga.....	16
2.1.1.3 Tujuan Penerapan Harga.....	17

2.1.1.4 Indikator Harga .....	19
2.1.2 Promosi.....	20
2.1.2.1 Pengertian Promosi .....	20
2.1.2.2 Tujuan Promosi.....	21
2.1.2.3 Bauran Promosi.....	23
2.1.2.4 Indikator Promosi .....	25
2.1.3 Kualitas Produk .....	25
2.1.3.1 Pengertian Produk.....	25
2.1.3.2 Pengertian Kualitas Produk .....	26
2.1.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk ....	27
2.1.3.4 Indikator Kualitas Produk .....	28
2.1.4 Minat Beli Ulang.....	29
2.1.4.1 Pengertian Minat Beli Ulang .....	29
2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang ..	30
2.1.4.3 Indikator Minat Beli Ulang .....	32
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	32
2.3 Rerangka Konseptual .....	35
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	35
2.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang.....	36
2.4.2 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Ulang.....	36
2.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi .....	39
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.3 Teknik Pengumpulan data.....	41
3.3.1 Jenis Data .....	41
3.3.1.1 Data Subyek.....	41
3.3.1.2 Data Fisik.....	42
3.3.2 Sumber Data .....	42
3.3.2.1 Data Primer .....	42

3.3.2.2 Data Sekunder.....	42
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	44
3.4.1 Definisi Variabel .....	44
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	45
3.4.2.1 Harga (X1) .....	45
3.4.2.2 Promosi (X2).....	46
3.4.2.3 Kulit Produk (X3).....	47
3.4.2.4. Minat Beli Ulang (Y).....	48
3.5 Teknik Analisis Data.....	48
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	49
3.5.2 Uji Instrumen .....	49
3.5.2.1 Uji Validasi.....	49
3.5.2.2 Uji Reliabilitas .....	49
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	50
3.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.5.4.1 Uji Normalitas.....	51
3.5.4.2 Uji Multikolinearitas.....	52
3.5.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	52
3.5.5 Uji Kelayakan Model.....	52
3.5.5.1 Uji F.....	52
3.5.5.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	53
3.5.6 Pengujian Hipotesis (Uji t).....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	55
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	55
4.1.1.1 Sejarah Singkat OKUI KOPI.....	55
4.1.2 Gambaran Subyek Penelitian.....	57
4.1.2.1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....	57
4.1.2.2 Karakteristik Responden Jenis Usia .....	58

4.1.3 Uji Instrumen .....	59
4.1.3.1 Uji Validitas .....	59
4.1.3.2 Uji Reliabilitas .....	60
4.1.4 Deskriptif Hasil Penelitian .....	62
4.1.4.1 Analisis Deskriptif Variabel Harga (X1) .....	63
4.1.4.2 Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X2) .....	64
4.1.4.3 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X3) .....	65
4.1.4.4 Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang (Y) .....	66
4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda .....	67
4.2 Uji Asumsi Klasik .....	69
4.2.1 Uji Normalitas .....	69
4.2.2 Uji Multikolinearitas .....	70
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	71
4.2.4 Uji Kelayakan Model (Uji F) .....	72
4.2.5 Uji Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ) .....	72
4.3 Uji Hipotesis (Uji t) .....	73
4.4 Pembahasan .....	74
4.1.4.1 Analisis Deskriptif Variabel Harga (X1) .....	74
4.1.4.2 Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X2) .....	75
4.1.4.3 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X3) .....	76
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>77</b>
5.1 Simpulan .....	77
5.2 Keterbatasan .....	78
5.3 Saran .....	79
JADWAL PENELITIAN .....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	84

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Hal</b>
1. Data Penjualan OKUI Kopi 3.0 Surabaya Tahun 2020 – 2021 .....	9
2. Penelitian Terdahulu .....	33
3. Alternatif Pilihan Jawaban .....	43
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	57
6. Uji Validitas .....	58
7. <i>Cronbach's Alpha</i> .....	60
8. Uji Reliabilitas .....	60
9. Kelas Interval.....	61
10. Hasil Tanggapan Variabel Harga.....	62
11. Hasil Tanggapan Variabel Promosi .....	63
12. Hasil Tanggapan Variabel Kualitas Produk.....	64
13. Hasil Tanggapan Variabel Minat Beli Ulang.....	66
14. Uji Regresi Linear Berganda.....	67
15. Hasil Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i> .....	68
16. Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
17. Hasil Uji F.....	71
18. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	72
19. Hasil Uji t.....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1. Rerangka Konseptual .....	35
2. Grafik Penjualan Normalitas Data .....	70
3. Grafik Uji Heteroskedastisitas .....	71



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Hal</b>
1. Kuesioner Penelitian .....	84
2. Rekapitulasi Kuesioner .....	88
3. Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	94
4. Hasil Uji Instrumen .....	95
5. Analisis Statistik Deskriptif .....	99
6. Analisis Statistik .....	100

