

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KETERSEDIAAN
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN
PRODUK PASTA GIGI PEPSODENT SIWAK 150GR DI MINI
MARKET AL ZAHRA BANJARBARU**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar sarjana (S1)
pada Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh :
MARGARETA SETYORINI
NIM : 1710412320021



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK PROMOSI DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PRODUK PASTA GIGI PEPAODENT SIWAK DI MINI MARKET AL-ZAHRA BANJARBARU

- A. Nama Mahasiswa : Margareta Setyorini
NIM : 1710412320021
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji :
- a. Pembimbing
(Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB)
NIP. 197604132000121002
 - b. Penguji I
(Dr. Maryono, S.Sos, M.si)
NIP. 197606132006041001
 - c. Penguji II
(Humaidi, S.AB, M.AB)
NIP. 199304212020121013

Banjarmasin, 13 September 2024

Koordinator

Prodi Ilmu Administrasi Bisnis



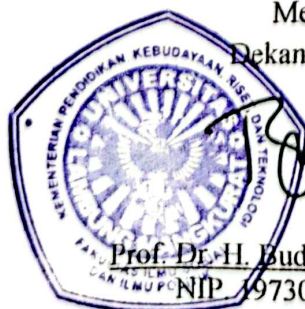
Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001


Ketua Pembimbing



Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
NIP. 197604132000121002

Mengetahui
Dekan FISIP ULM




Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si
NIP. 197301221998021001

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil alamiin. Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, tak lupa kita memanjatkan puji syukur kehadiran-Nya yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta inayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Ketersediaan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Produk Pasta Gigi Pepsodent Siwak 150gr di Mini Market Al Zahra Banjarbaru”, sebagai persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini terselesaikan karena adanya bantuan baik secara moril maupun materiel dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si, selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB, selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB, selaku Sekretaris Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
5. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB, selaku Dosen Pembimbing yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun, mengajari, mengarahkan dan memberikan saran agar penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat sebagai bekal penulis di masa yang akan datang serta seluruh Staf Tata Usaha (BAAK) dan Staf Program Studi Administrasi Bisnis yang telah membantu kelancaran studi selama penulis menuntut ilmu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik serta saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Banjarmasin, 13 September 2024



Margareta Setyorini

1710412320021

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah dipublikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 13 September 2023

Yang membuat pernyataan



Margareta Setyorini

NIM. 1710412320021

ABSTRAK

Margareta Setyorini 1710412320021, 2024, Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Ketersediaan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Produk Pasta Gigi Pepsodent Siwak 150gr di Mini Market Al Zahra Banjarbaru. Dibimbing oleh Setio Utomo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh secara parsial dan simultan Citra Merek, Promosi dan Ketersediaan Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Produk Pasta Gigi Pepsodent Siwak 150gr di Mini Market Al Zahra Banjarbaru.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, desain penelitian ini adalah metode asosiatif. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*, sehingga jumlah sampel penelitian adalah 65 responden menggunakan rumus Ferdinand. Data yang digunakan diambil dari kuesioner, analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Citra Merek berpengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Produk Pasta Gigi Pepsodent Siwak 150gr di Mini Market Al Zahra Banjarbaru. 2) Promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Produk Pasta Gigi Pepsodent Siwak 150gr di Mini Market Al Zahra Banjarbaru. 3) Ketersediaan Produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Produk Pasta Gigi Pepsodent Siwak 150gr di Mini Market Al Zahra Banjarbaru. Dan 4) Citra Merek, Promosi dan Ketersediaan Produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Produk Pasta Gigi Pepsodent Siwak 150gr di Mini Market Al Zahra Banjarbaru.

Kata Kunci : Citra Merek, Promosi, Ketersediaan Produk, dan Minat Beli Ulang.

ABSTRACT

Margareta Setyorini 1710412320021, 2024, The Influence of Brand Image, Promotion and Product Availability on Consumer Repurchase Interest of Pepsodent Siwak Toothpaste 150gr Products at Al Zahra Banjarbaru Mini Market. Supervised by Setio Utomo.

This study aims to determine and test the partial and simultaneous influence of Brand Image, Promotion and Product Availability on Consumer Repurchase Interest of Pepsodent Siwak Toothpaste 150gr Products at Al Zahra Banjarbaru Mini Market.

This research is a quantitative study, the research design is an associative method. Sampling in this study used the accidental sampling technique, so the number of research samples was 65 respondents using the Ferdinand formula. The data used were taken from the questionnaire, data analysis using multiple linear regression analysis.

The results of the study showed that 1) Brand Image has an insignificant partial effect on Consumer Repurchase Interest of Pepsodent Siwak Toothpaste 150gr Products at Al Zahra Banjarbaru Mini Market. 2) Promotion has a significant partial effect on Consumer Repurchase Interest of Pepsodent Siwak Toothpaste 150gr Products at Al Zahra Banjarbaru Mini Market. 3) Product Availability has a significant partial effect on Consumer Repurchase Interest of Pepsodent Siwak Toothpaste 150gr Products at Al Zahra Banjarbaru Mini Market. And 4) Brand Image, Promotion and Product Availability have a significant simultaneous effect on Consumer Repurchase Interest of Pepsodent Siwak Toothpaste 150gr Products at Al Zahra Banjarbaru Mini Market.

Keywords: *Brand Image, Promotion, Product Availability, and Repurchase Interest.*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Tinjauan Teoritis	17
2.1.1 Pemasaran	17
2.1.2 Manajemen Pemasaran dan Bauran Pemasaran	18
2.1.3 Perilaku Konsumen	21
2.1.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen	21
2.1.3.2 Model Perilaku Konsumen	21
2.1.4 Citra Merek	22
2.1.4.1 Pengertian Citra Merek	22
2.1.4.2 Faktor-faktor Citra Merek	24
2.1.4.3 Dimensi Pembentuk Citra Merek	25
2.1.4.4 Indikator Citra Merek	27
2.1.5 Promosi	29
2.1.5.1 Pengertian Promosi	29
2.1.5.2 Tujuan dan Strategi Promosi	29
2.1.5.3 Fungsi Promosi	30
2.1.5.4 Indikator Promosi	30
2.1.6 Ketersediaan Produk	32
2.1.6.1 Pengertian Ketersediaan Produk	32
2.1.6.2 Tujuan Ketersediaan Produk	34
2.1.6.3 Indikator Ketersediaan Produk	35
2.1.7 Minat Beli Ulang	37
2.1.7.1 Pengertian Minat Beli Ulang	37
2.1.7.2 Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang	39
2.1.7.3 Indikator Minat Beli Ulang	41
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	41
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	46
2.3.1 Hipotesis Penelitian	46
2.3.2 Model Penelitian	53
BAB III METODE PENELITIAN	54
3.1 Pendekatan Penelitian	54
3.2 Desain Penelitian	54

3.3	Lokasi Penelitian	55
3.4	Populasi, Besar Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	55
3.4.1	Populasi.....	55
3.4.2	Besar Sampel	55
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	56
3.5	Definisi Operasional Variabel	56
3.6	Teknik Pengumpulan Data	59
3.7	Teknik Analisa Data	60
3.7.1	Skala Pengukuran	60
3.7.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	61
3.7.2.1	Uji Validitas	61
3.7.2.2	Uji Reliabilitas	61
3.7.3	Analisis Statistik Deskriptif.....	62
3.7.4	Uji Asumsi Klasik	63
3.7.4.1	Uji Normalitas.....	63
3.7.4.2	Uji Multikolinieritas.....	64
3.7.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	64
3.7.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
3.7.6	Alat Uji Hipotesis	66
3.7.6.1	Uji Parsial (Uji t).....	66
3.7.6.2	Uji Simultan (Uji F)	67
3.7.6.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	67
BAB IV HASIL PENELITIAN		70
4.1	Profil Responden	70
4.1.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	70
4.1.2	Karakteristik Berdasarkan Usia Responden.....	70
4.1.3	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden	71
4.1.4	Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Responden.....	71
4.1.5	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden	72
4.2	Hasil Statistik Deskriptif	72
4.2.1	Deskriptif Variabel Citra Merek (X1).....	72
4.2.2	Deskriptif Variabel Promosi (X2).....	74
4.2.3	Deskriptif Variabel Ketersediaan Produk (X3).....	75
4.2.4	Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	76
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	78
4.3.1	Hasil Uji Validitas.....	78
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	79
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	80
4.4.1	Hasil Uji Normalitas	80
4.4.2	Hasil Uji Multikolinieritas	81
4.4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
4.5	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	82
4.6	Hasil Uji Hipotesis	83
4.6.1	Hasil Uji Parsial	83
4.6.2	Hasil Uji Simultan.....	85
4.7	Hasil Koefisien Determinasi.....	85
BAB V PEMBAHASAN HASIL		87
5.1	Pembahasan	87

5.1.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang	87
5.1.2	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Ulang	88
5.1.3	Pengaruh Ketersediaan Produk Terhadap Minat Beli Ulang	90
5.1.4	Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Ketersediaan Produk Terhadap Minat Beli Ulang	92
5.2	Implikasi Hasil Penelitian.....	93
5.2.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang.....	93
5.2.2	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Ulang	94
5.2.3	Pengaruh Ketersediaan Produk Terhadap Minat Beli Ulang	95
5.3	Keterbatasan Penelitian	95
BAB VI PENUTUP		96
6.1	Kesimpulan.....	96
6.2	Saran	96
6.2.1	Saran Akademis	96
6.2.2	Saran Praktis	97
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
Tabel 1.1	Top Brand Award Kategori Pasta Gigi dari Tahun 2016-2020	5
Tabel 1.2	Merek Pepsodent Yang Dijual Dipasaran selama Bulan Agustus 2022.....	9
Tabel 1.3	Hasil penjualan dari pasta gigi Al Zahra Banjarbaru bulan Januari-Februari 2022	13
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	58
Tabel 3.2	Kategori Citra merek, promosi, dan ketersediaan produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen	61
Tabel 3.3	Rentang Kategori Jawaban Responden.....	63
Tabel 3.4	Daftar Interpretasi Nilai r	69
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.2	Karakteristik Usia Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 4.3	Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	71
Tabel 4.4	Karakteristik Penghasilan Responden Berdasarkan Penghasilan	71
Tabel 4.5	Karakteristik Penghasilan Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel X1	72
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel X2.....	74
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel X3.....	75
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Variabel Y.....	76
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas.....	78
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas.....	79
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinieritas	81
Tabel 4.13	Hasil Analisis Regresi.....	82
Tabel 4.14	Hasil Uji Parsial	83
Tabel 4.15	Hasil Uji Simultan.....	85
Tabel 4.16	Hasil Koefisien Determinasi	85

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen.....	22
Gambar 2.2	Model Penelitian	53
Gambar 4.1	Histogram Normalitas	80
Gambar 4.2	Normal P-Plot Normalitas.....	80
Gambar 4.3	<i>Scatterplot</i> Heteroskedastisitas	82
Gambar 4.4	Model Hasil Akhir.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Tabulasi Data.....
Lampiran 3	<i>Output SPSS 29.0.1</i>