

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA  
PRODUK MIE SEDAAP DI KOTA MEDAN**

**JULIA SARTIKA DEWI SITOMPUL  
8215129078**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN ALIH PROGRAM  
KONSENTRASI PEMASARAN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2015**

**SKRIPSI**

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY,  
AND PRICE PERCEPTION TOWARDS REPURCHASE  
INTENTION OF MIE SEDAAP PRODUCT IN MEDAN**

**JULIA SARTIKA DEWI SITOMPUL  
8215129078**



**This Paper is Written as a Part in Bachelor Degree of Economics  
Accomplishment of Faculty of Economics State University of Jakarta**


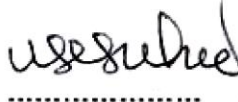
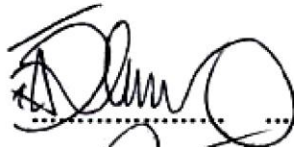
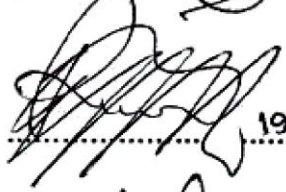
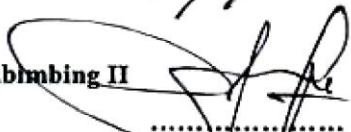
**MANAGEMENT OVER THE STUDY PROGRAM  
MARKETING CONCERNTRATION  
DEPARTEMENT OF MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2015**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PenanggungJawab  
DekanFakultasEkonomi



Dr. Dedi Purwana. E. S., M.Bus  
NIP. 19671207 199203 1001

Nama	Jabatan	TandaTangan	Tanggal
1. <u>Dr. Gatot Nazir Ahmad,S.Si,M.Si</u> NIP. 19720506 200604 1002	Ketua	 .....	28 Des '2015 .....
2. <u>Usep Suhud, Ph.D</u> NIP. 19700212 200812 1001	Sekretaris	 .....	14 Des '2015 .....
3. <u>Setyo Ferry Wibowo,SE,M.Si</u> NIP. 19720617 199903 1001	Penguji Ahli	 .....	28 Des '2015 .....
4. <u>Dr. Mohamad Rizan,SE,MM</u> NIP. 19720627 200604 1001	Pembimbing I	 .....	19 Des '2015 .....
5. <u>Agung Kresnamurti RP,ST,MM</u> NIP. 19740416 200604 1001	Pembimbing II	 .....	28 Des '2015 .....

Tanggal Lulus : 10 DESEMBER 2015

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Untuk menjamin keaslian dan menghindari plagiat, sesuai dengan peraturan yang berlaku, maka penulis menyatakan orisinalitas pada skripsi ini. Adapun pernyataan-pernyataan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Skripsi ini merupakan karya tulis asli dan belum pernah di ajukan sebelumnya untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Skripsi ini belum pernah di publikasikan kecuali secara tertulis dengan jelas di cantumkan sebagai acuan dan dengan di sebutkan nama pengarang pada naskah dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Jika apa bila terjadi penyimpangan dan ketidakbenaran pada kemudian hari, maka penulis bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar yang telah di peroleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku pada Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 14 Desember 2015

Penulis



Julia Sartika Dewi Sitompul

8215129078

## ABSTRAK

**Julia Sartika Dewi Sitompul, 2015; Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Mie Sedaap di Kota Medan. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran. Program Studi S1 Manajemen Alih Program, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.**

Tujuan penelitian ini adalah: (1) menguji secara empiris pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap minat beli ulang pada produk Mie sedaap; (2) menguji secara empiris pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli ulang pada produk mie sedaap; (3) menguji secara empiris pengaruh yang signifikan antara persepsi harga terhadap minat beli ulang pada produk mie sedaap; (4) menguji secara empiris pengaruh yang signifikan antara citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli ulang produk mie sedaap. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang sudah pernah membeli produk mie sedaap di Supermarket Kasimura di, Medan. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi berganda, dan alat analisis data menggunakan program SPSS versi 22. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan : (1) Adanya pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap minat beli ulang dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan  $t_{hitung}$  sebesar 3,931; (2) Adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli ulang dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan  $t_{hitung}$  sebesar 6,839; (3) Adanya pengaruh yang signifikan antara persepsi harga terhadap minat beli ulang dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan  $t_{hitung}$  sebesar 3,561; (4) Adanya pengaruh yang signifikan secara bersama-sama citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap minat beli ulang dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan  $F_{hitung}$  sebesar 62,497.

**Kata kunci:** Citra Merek, Kualitas produk, Persepsi Harga, minat beli ulang.

## **ABSTRACT**

*Julia Sartika Dewi Sitompul, 2015; The Influence Of Brand Image, Product Quality, And Price Perception Towards Repurchase Intention Of Mie Sedaap Product In Medan. Skripsi, Jakarta: Marketing Management Concentration, Management Over The Study Program Department of Managemen, Faculty of Economic State University of Jakarta.*

*The purposes of this study are: (1) to find out the effect of brand image of Mie Sedaap on repurchase intention; (2) to find out the effect of product quality of Mie Sedaap on repurchase intention; (3) to find out the effect of perceptions of price on repurchase intention; (4) to find out of brand image, product quality, and price perception toward repurchase intention of product mie Sedaap. The sample used in this research that consumers who have never purchased a product in the supermarket noodles Sedaap Kasimura at Jl. Krakatau, Medan. The number of samples in this research that amounted to 100 respondents. This study uses a quantitative method with multiple regression analysis techniques, and tools of data analysis using SPSS version 22. Results of hypothesis testing showed: (1) There is significant relationship between the brand image of the buying interest re. The influence of brand image to the buying interest re with a significance value of 0.000 and 3.931 thitung; (2) There is significant relationship between the quality of the product buying interest again. Influence the quality of the products to the buying interest re with a significance value of 0.000 and 6.839 thitung; (3) There is significant relationship between the perception of the price of buying interest again. Influence the perception of the buying interest re-price with a significance value of 0.000 and 3.561 thitung; (4) The existence of significant influence jointly brand image, product quality and price perception of the buying interest re. Jointly influence brand image, product quality and price perception of the buying interest re with a significance value of 0.000 and Fhitung 62.497.*

**Keywords:** *Brand image, product quality, price perceptions, repurchase intention.*

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji, hormat dan syukur saya panjatkan hanya untuk Tuhan Yesus Kristus. Karena atas berkat, karunia, dan hikmat yang berlimpah yang di berikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas orang tua yang selalu mendukung di balik penulisan ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada ayahanda Saud Sitompul, yang selalu mendukung dan mendoakan penulis. Kepada Ibunda tercinta, Helmi Br Sianturi yang selalu memotivasi serta selalu mendoakan penulis. Penulis mengucapkan terima kasih Kepada abang tersayang Herikson Sitompul dan adik tersayang Resmina Sitompul yang selalu memberikan doa dan semangat dalam menulis skripsi. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Immanuel Silitonga, karena sudah menjadi seorang suami yang selalu membantu dan mendukung proses skripsi ini.

Penulis berterimakasih kepada perguruan tinggi Universitas Negeri Jakarta atas kesempatan mengikuti kuliah di Universitas Negeri Jakarta. penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Mohamad Rizan,SE,MM selaku dosen pembimbing pertama, Penulis mengucapkan terima kasih karena beliau sudah membimbing dengan penuh kesabaran serta selalu menyiapkan waktu luang termasuk waktu istirahat beliau untuk membimbing penulis.
2. Bapak Agung Kresnamurti R.P, ST, MM selaku dosen pembimbing kedua, penulis mengucapkan terimakasih karena beliau sudah mengajarkan banyak hal terutama tentang sikap dan tutur kata yang baik baik dalam penulisan skripsi maupun dalam kehidupan sehari-hari.

3. Bapak Dr. Deddy Purwana, E.S, M.Bus selaku Dekan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Umi Mardiyati M.Si Selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Bapak Dr. Gatot Nazir Ahmad S.Si selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Segenap staf pengajar maupun staf pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
7. Teman teman Andita, Andreas Manurung, Firman, Ken Disa, Yanita Denok karena selalu menjadi teman seperjuangan dan memberi dukungan kepada penulis.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan kampus dan di luar kampus yang mungkin namanya tidak dapat di sebutkan satu persatu. Penulis juga ingin meminta maaf jika ada kesalahan ataupun kata-kata yang tidak berkenan pada naskah skripsi ini. Karena penulis hanyalah seorang manusia biasa.

Akhir kata, semoga naskah skripsi ini berguna sebagaimana mestinya dan berguna bagi pihak manapun. Salam sejahtera untuk kita semua, Tuhan Yesus Memberkati anda.

Jakarta, 14 Desember 2015

Penulis

Julia Sartika Dewi Sitompul  
8215129078