

HALAMAN MOTTO

“Akan selalu merasa kurang jika standar nikmatmu adalah nikmat orang lain.”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan hidup, berkah, dan rizki-Nya.
2. Ayahanda Sabdono Rahayu dan ibunda Puji Hartini tercinta, yang telah memberikan dukungan, pengorbanan, cinta, kasih sayang yang tulus, dan selalu memberikan doa terbaiknya.
3. Kakak saya tercinta Ayunindya Prima Florenza dan Muhammad Farenza Bayu Aji serta adik saya tercinta Azahra Andiena Pramestika yang selalu memberikan cinta, dukungan, dan doa yang tulus.
4. Ibu Dr. Prihartini Budi Astuti, S.E., M.Si yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan telah membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Yanti selaku narasumber dari Yakult Lady dan semua responden yang telah memberikan waktu kepada penulis dan bersedia memberikan informasinya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Almamater yang kubanggakan Universitas Putra Bangsa Kebumen.
7. Seluruh civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen dan pembaca yang budiman.

ABSTRAKSI

PT Yakult Indonesia Persada selalu ingin mewujudkan kualitas produk minuman probiotiknya dengan memberikan rasa yang khas, adanya varian rasa, kemasan yang disesuaikan dengan kebutuhan tubuh, dan memiliki daya tahan produk yang baik. PT Yakult Indonesia Persada memberikan produk yang aman dan selalu memberikan informasi yang jujur sehingga menumbuhkan rasa kepercayaan kepada pelanggan. Adanya program Yakult Lady juga memberikan pelanggan dapat berinteraksi langsung dengan penjual dan membangun hubungan baik dengan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Product Quality*, *Brand Trust*, dan *Brand Experience* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Yakult Di Kabupaten Kebumen. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden, dengan menggunakan metode *non-probability sampling* berbentuk *purposive sampling* dengan bantuan alat statistik. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil jawaban responden yang dikumpulkan dengan kuisioner dan diuji dengan teknik analisis statistik uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda. Hipotesis diuji menggunakan program *SPSS 25 for windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Product Quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang produk Yakult di Kabupaten Kebumen, variabel *Brand Trust* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang Yakult di Kabupaten Kebumen, variabel *Brand Experience* berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang Yakult di Kabupaten Kebumen, dan variabel *Product Quality*, *Brand Trust*, dan *Brand Experience* secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang Yakult di Kabupaten Kebumen.

Kata Kunci: *Product Quality*, *Brand Trust*, *Brand Experience*, dan Keputusan Pembelian Ulang.

ABSTRACT

PT Yakult Indonesia Persada always wants to realize the quality of its probiotic drink products by providing a distinctive taste, having a variety of flavors, packaging that is tailored to the body's needs, and having good product durability. PT Yakult Indonesia Persada provides safe products and always provides honest information so as to foster a sense of trust in customers. The Yakult Lady program also allows customers to interact directly with sellers and build good relationships with customers. This research aims to examine the influence of Product Quality, Brand Trust, and Brand Experience on Repurchase Decisions for Yakult Products in Kebumen Regency. The number of samples taken was 100 respondents, using a non-probability sampling method in the form of purposive sampling with the help of statistical tools. The data used in this research is primary data obtained from the results of respondents answers collected using questionnaires and tested using statistical analysis techniques of validity, reliability, classical assumption tests and multiple linear regression analysis. The hypothesis was tested using the SPSS 25 for Windows program. The research results show that the Product Quality variable influences the decision to repurchase Yakult products in Kebumen Regency, the Brand Trust variable does not influence the decision to repurchase Yakult in Kebumen Regency, the Brand Experience variable influences the decision to repurchase Yakult in Kebumen Regency, and the Product Quality variable, Brand Trust and Brand Experience together influence the decision to repurchase Yakult in Kebumen Regency.

Keywords: *Product Quality, Brand Trust, Brand Experience, and Repurchase Decisions.*

KATA PENGANTAR

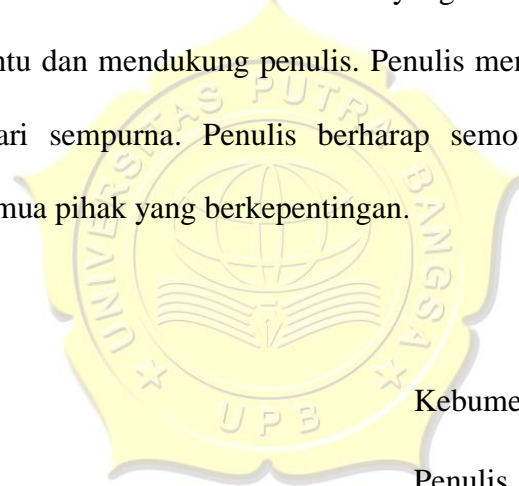
Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Product Quality*, *Brand Trust*, dan *Brand Experience* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Yakult di Kabupaten Kebumen (Studi pada Konsumen Yakult Lady)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana (S-I) pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat pada bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta beberapa bantuan literatur, namun penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini tentu masih banyak sekali kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua dikarenakan masih dangkalnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis dan oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan karya penulis di masa yang akan datang. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang selalu memberikan bantuan, motivasi, dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Prihartini Budi Astuti, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

2. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan do'a sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.
3. Seluruh dosen beserta staff dan karyawan Universitas Putra Bangsa Kebumen.
4. Narasumber dan semua responden yang telah memberikan waktunya kepada penulis untuk mengisi data yang sangat membatu keberlangsungan penulisan skripsi ini.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi dari awal hingga akhir.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang baik kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



Kebumen, 23 Januari 2024

Penulis

Azalia Carissa Komalasari
NIM 205504044

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Batasan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II.....	16
KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1. Tinjauan Teori	16
2.1.1. Keputusan Pembelian Ulang.....	16

2.1.2.	<i>Product Quality</i>	22
2.1.3.	<i>Brand Trust</i>	26
2.1.4.	<i>Brand Experience</i>	30
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	33
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	38
2.4.	Model Empiris	41
2.5.	Hipotesis	41
BAB III.....		43
METODE PENELITIAN.....		43
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	43
3.2	Variabel Penelitian	43
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	44
3.4	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	47
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.6	Populasi dan Sampel.....	51
3.7	Teknik Analisis.....	53
BAB IV		64
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		64
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	64
4.2.	Analisis Deskriptif.....	65
4.3.	Analisis Statistik.....	67
4.4.	Pembahasan	82
BAB V.....		87
SIMPULAN		87
5.1.	Simpulan.....	87

5.2. Keterbatasan	88
5.3. Implikasi.....	88
5.3.1 Implikasi Praktis	89
5.3.2 Implikasi Teoritis	91
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	99



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 <i>Top Brand Indeks</i> Susu Fermentasi Bermerek dalam Kemasan	2
Tabel I-2 Data Penjualan Bersih Yakult Tahun 2016-2021	3
Tabel I-3 Faktor Keputusan Pembelian Ulang Produk Yakult	3
Tabel I-4 Data Penjualan Bulan September 2023	4
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian Ulang.....	45
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Product Quality</i>	45
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Brand Trust</i>	46
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Brand Experience</i>	47
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel IV-3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Ulang	68
Tabel IV-4 Hasil Uji Validitas <i>Product Quality</i>	68
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas <i>Brand Trust</i>	69
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas <i>Brand Experience</i>	70
Tabel IV-7 Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel IV-8 Hasil Uji Multikolinearitas	72
Tabel IV-9 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser)	73
Tabel IV-10 Hasil Uji Normalitas (<i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>)	74
Tabel IV-11 Hasil Analisis Linear Berganda	75
Tabel IV-12 Hasil Uji Parsial (Uji t)	77
Tabel IV-13 Hasil Uji Simultan (Uji F)	80
Tabel IV-14 Hasil Uji Determinasi (Uji R ²)	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 Grafik Presentase Penjualan Yakult Tahun 2019-2022 8

