

HALAMAN MOTTO

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan.

Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan
selayaknya yang kau harapkan”

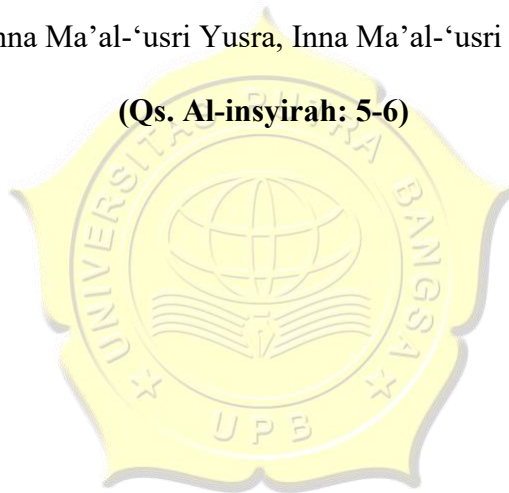
(Maudy Ayunda)

Sebenarnya tidak ada yang perlu dikhawatirkan, Allah memang tidak menjanjikan

hidupmu selalu mudah. Tetapi, dua kali Allah berjanji bahwa :

“Fa Inna Ma'al-'usri Yusra, Inna Ma'al-'usri Yusra”

(Qs. Al-Insyirah: 5-6)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis kepada Allah SWT yang telah memberikan kesabaran, kemudahan dan kelancaran kepada penulis sehingga tugas skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT karena hanya atas izin dan karunia-Nya maka skripsi ini dapat dibuat dan diselesaikan tepat pada waktunya.
2. Seluruh keluarga terutama kedua orang tua yang senantiasa selalu memberikan dukungan moril maupun material serta doa yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Prihartini Budi Astuti, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas ilmu, bimbingan dan kesabaran yang telah diberikan.
4. Teman – teman seperjuangan yaitu kelas MJRF angkatan 2021 yang telah membantu dan memberikan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *product quality*, *brand trust*, dan *product availability* terhadap keputusan pembelian ulang produk sosis singles merek kanzler di Kabupaten Kebumen. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu masyarakat di Kabupaten Kebumen dengan minimal umur 17 tahun yang telah melakukan pembelian ulang sosis singles merek Kanzler atau dengan minimal pembelian dua kali dalam jangka waktu satu bulan terakhir. 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 24 for windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Product Quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang produk sosis singles Kanzler di Kabupaten Kebumen, variabel *Brand Trust* berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang produk sosis singles Kanzler di Kabupaten Kebumen, variabel *Product Availability* berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang sosis singles Kanzler di Kabupaten Kebumen, dan variabel *Product Quality*, *Brand Trust*, dan *Product Availability* secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang sosis singles Kanzler di Kabupaten Kebumen.

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

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality, brand trust, and product availability on the decision to repurchase Kanzler brand single sausage products in Kebumen Regency. The sample used in this study was the community in Kebumen Regency with a minimum age of 17 years who had repurchased Kanzler brand single sausages or with a minimum of two purchases in the last month. 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 study were primary data obtained from the results of respondents' answers collected by questionnaire and tested using statistical analysis techniques of validity, reliability, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis. The hypothesis was tested using the SPSS 24 for windows program. The results of the study indicate that the Product Quality variable influences the decision to repurchase Kanzler single sausage products in Kebumen Regency, the Brand Trust variable influences the decision to repurchase Kanzler single sausage products in Kebumen Regency, the Product Availability variable influences the decision to repurchase Kanzler single sausages in Kebumen Regency, and the Product Quality, Brand Trust, and Product Availability variables together influence the decision to repurchase Kanzler single sausages in Kebumen Regency.

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kahadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Product Quality*, *Brand Trust*, dan *Product Availability* terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada produk Sosis Singles Kanzler di Kabupaten Kebumen”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana (S-1) pada program studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat selama berada di bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur. Namun penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan yang masih perlu untuk dilakukan perbaikan, hal ini dikarenakan masih sedikitnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan karya penulis di masa mendatang.

Melalui tulisan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih pada berbagai pihak yang telah banyak membantu dalam penyelesaian tugas ini. Ucapan terimakasih saya sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku rektor Universitas Putra Bangsa.

2. Ibu Dr. Prihartini Budi Astuti, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang penuh kesabaran, ketelitian, dan kebijaksanaan dalam memberikan koreksi dan nasehat serta dorongan kepada penulis.
3. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan untuk penulis.
4. Kedua orang tuaku tercinta beserta keluarga atas doa dan dukungannya selama ini.
5. Semua rekan – rekan mahasiswa Universitas Putra Bangsa yang telah mendukung terselesaikannya skripsi ini.

Semoga segala kebaikan, bantuan, bimbingan, dorongan, serta doa yang telah diberikan pihak – pihak yang bersangkutan, akan menjadi amal yang baik yang Insyaallah mendapatkan balasan setimpal dari Allah SWT. Akhirnya semoga skripsi ini juga dapat berguna bagi semua pihak yang berkepentingan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	ivv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Batasan Masalah.....	13
1.4. Tujuan Penelitian	16
1.5. Manfaat Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
2.1. Tinjauan Teori.....	18
2.1.1. Keputusan Pembelian Ulang.....	18
2.1.2. <i>Product Quality</i>	25

2.1.3.	<i>Brand Trust</i>	29
2.1.4.	<i>Product Availability</i>	34
2.1.5.	Penelitian Terdahulu	38
2.2.	Hubungan Antar Variabel	46
2.3.	Model Empiris.....	48
2.4.	Hipotesis.....	49
BAB III METODE PENELITIAN.....		51
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	51
3.2.	Variabel Penelitian	51
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	52
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	57
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.6.	Populasi dan Sampel	61
3.7.	Teknik Analisis Data.....	63
3.8.	Alat Analisis Data	64
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		73
4.1.	Analisis Deskriptif	73
4.2.	Analisis Statistik	81
4.3.	Pembahasan.....	96
BAB V SIMPULAN		103
5.1.	Simpulan	103
5.2.	Keterbatasan.....	104
5.3.	Implikasi.....	104
5.3.1	Implikasi Praktis	105
5.3.2	Implikasi Teoritis	107

DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	116



DAFTAR TABEL

Tabel I - 1 Top Brand Kategori Sosis Terlaris	3
Tabel I - 2 Data Penjualan Sosis Singles Bulan Oktober 2024.....	5
Tabel I - 3 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang	6
Tabel III – 1 Indikator dan Distributor Kuesioner Keputusan Pembelian Ulang .	54
Tabel III – 2 Indikator dan Distributor Kuesioner Variabel <i>Product Quality</i>	55
Tabel III – 3 Indikator dan Distributor Kuesioner Variabel <i>Brand Trust</i>	56
Tabel III – 4 Indikator dan Distributor Kuesioner <i>Product Availability</i>	57
Tabel IV - 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	74
Tabel IV - 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
Tabel IV - 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
Tabel IV - 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	78
Tabel IV - 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	79
Tabel IV – 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Ulang Produk Sosis Singles Kanzler dalam 1 Bulan Terakhir.....	80
Tabel IV - 7 Hasil Uji Validitas <i>Product Quality</i> (X1).....	82
Tabel IV - 8 Hasil Uji Validitas <i>Brand Trust</i> (X2)	83
Tabel IV - 9 Hasil Uji Validitas <i>Product Availability</i> (X3).....	83
Tabel IV - 10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Ulang (Y).....	84
Tabel IV - 11 Hasil Uji Reliabilitas	85
Tabel IV - 12 Hasil Uji Multikolinearitas	86
Tabel IV - 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser)	87
Tabel IV - 14 Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov Test).....	89
Tabel IV - 15 Hasil Uji Analisis Linier Berganda	90
Tabel IV - 16 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	92
Tabel IV - 17 Hasil Uji Simultan (Uji F)	94
Tabel IV - 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar I – 1 Model Empiris	49
----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	116
Lampiran II Data Responden	121
Lampiran III Tabulasi Data Responden	124
Lampiran IV Uji Validitas	129
Lampiran V Uji Reliabilitas	131
Lampiran VI Uji Asumsi Klasik	132
Lampiran VII Uji Regresi Linear Berganda.....	133
Lampiran VIII Uji Hipotesis	1330
Lampiran IX T Tabel	134
Lampiran X R Tabel.....	137
Lampiran XI F Tabel.....	140
Lampiran XIII Kartu Seminar.....	144
Lampiran XIII Kartu Bimbingan	144

