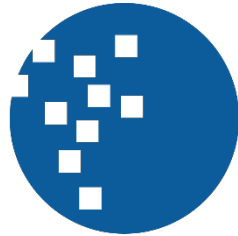


**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
*REPURCHASE INTENTION* PADA XING FU TANG**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

SKRIPSI

**Verencia Robert**

**00000067753**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
*REPURCHASE INTENTION* PADA XING FU TANG**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

**Verencia Robert**

**0000067753**

**UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Verencia Robert  
NIM : 00000067753  
Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:  
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
REPURCHASE INTENTION PADA XING FU TANG**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 13 Mei 2024



Verencia Robert

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul  
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
*REPURCHASE INTENTION* PADA XING FU TANG**

Oleh  
Nama : Verencia Robert  
NIM : 00000067753  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 13 Mei 2024

Pembimbing

  
Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

NIDN: 0323047801

Ketua Program Studi Manajemen

  
Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

NIDN : 0323047801

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

### **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *REPURCHASE INTENTION* PADA XING FU TANG**

Oleh  
Nama : Verencia Robert  
NIM : 00000067753  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 20 Mei 2024  
Pukul 14.00 s.d 15.30 dan dinyatakan  
**LULUS**  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Wanda Gema Prasadio Akbar Hidayat, S.M.B., M.M.

NIDN : 0705069103

Penguji



Dr. Amanda Setiorini., S.Psi., M.M., CIQaR

NIDN : 0305027607

Pembimbing



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

NIDN : 0323047801

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

NIDN : 0323047801

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Verencia Robert  
NIM : 00000067753  
Program Studi : Manajemen  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR  
YANG MEMPENGARUHI *REPURCHASE INTENTION*  
PADA XING FU TANG**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 13 Mei 2024



Verencia Robert

\*\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Atas Berkat dan Rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan tepat waktu. Sebagai peneliti sangat menyadari bahwa terselesaikannya Skripsi ini tentu saja atas bantuan dari banyak pihak untuk tercapainya gelar Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.

Dengan ini peneliti berharap agar Skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi acuan atau pendoman bagi para pembaca dan dunia Pendidikan di kemudian hari terkait penulisan penelitian yang telah peneliti selesaikan. Proses terselesainya Laporan Skripsi ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada banyak pihak yang terlibat, yaitu:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., s.Sos., M.B.A, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara, sekaligus Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya Laporan Skripsi ini.
4. Keluarga dan saudara-saudara peneliti, terutama untuk kedua orangtua yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Laporan Skripsi ini.
5. Marvella Juwono dan Vicky Franciko sebagai sahabat peneliti yang sama-sama berjuang selama perkuliahan, dan Marvella Juwono yang saat ini menjadi sahabat seperjuangan peneliti dalam menyelesaikan Laporan Skripsi ini.
6. Felysia Thomas, Krista Celine, Syifa, Cheeryl Margaretha, Gracia Kristiani, Berlin Sippy, Pramudya Wijaya, Sunarto Wijaksono, Gabriel

Mario, Ken Lemand, Steven Hartawidjaja yang telah senantiasa memberikan dukungan dan motivasi kepada peneliti, serta bersedia menjadi penghibur peneliti selama proses pengerjaan Laporan Skripsi ini.

7. Elbert Chastin, Audy Ihsan, Ocean Andara, Timotius Dustin, Melly Moyana, Jessica, Jonathan Widarta, Raymond Tjiwidjaja, Matthew, Filbert Hwang sebagai teman seperbimbingan peneliti.
8. Seluruh teman peneliti yang tidak dapat disebut satu persatu.
9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner peneliti.

Terselesainya Laporan Skripsi ini, peneliti ingin memohon maaf atas kekurangan yang terjadi dan peneliti akan menerima kritik dan saran yang dapat menyempurnakan Laporan Skripsi ini. Semoga dengan adanya penulisan Laporan Skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi acuan atau pendoman bagi para pembaca.

Tangerang, 13 Mei 2024

UMN



Verencia Robert

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *REPURCHASE INTENTION* PADA XING FU TANG**

Verencia Robert

## **ABSTRAK**

Minuman boba favorit di Indonesia, salah satunya yaitu Xing Fu Tang. Akan tetapi, Xing Fu Tang tertinggal oleh beberapa kompetitornya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan orang-orang tidak ingin membeli kembali minuman boba Xing Fu Tang. Terdapat empat hipotesis dalam penelitian ini dan data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada 109 responden. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menggunakan Perangkat Lunak IBM SPSS *Statistic* 29. Hasil penelitian ini adalah *Perceived Price*, *Perceived Packaging*, dan *Perceived Taste* berpengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*. Namun, *Perceived Quality* terhadap *Repurchase Intention* tidak berpengaruh.

**Kata kunci:** *Perceived Price*, *Perceived Quality*, *Perceived Packaging*, *Perceived Taste*, *Repurchase Intention*.



# ***ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING REPURCHASE INTENTION AT XING FU TANG***

Verencia Robert

## ***ABSTRACT (English)***

*One of the favorite boba drinks in Indonesia is Xing Fu Tang. However, Xing Fu Tang is being left behind by some of its competitors. This study aims to determine the factors that cause people to not want to repurchase Xing Fu Tang boba drinks. There are four hypotheses in this study and the data obtained from questionnaires distributed to 109 respondents. The method used in this study is multiple linear regression using IBM SPSS Statistic 29 Software. The results of this study are Perceived Price, Perceived Packaging, and Perceived Taste have a positive effect on Repurchase Intention. However, Perceived Quality on Repurchase Intention has no effect.*

**Keywords:** *Perceived Price, Perceived Quality, Perceived Packaging, Perceived Taste, Repurchase Intention.*



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.5 Batasan Penelitian .....	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
2.1 Tinjauan Teori .....	18
2.1.1 <i>Marketing</i> .....	18
2.1.2 <i>Consumer Behavior</i> .....	19
2.1.3 <i>Perceived Price</i> .....	20
2.1.4 <i>Perceived Quality</i> .....	21
2.1.5 <i>Perceived Packaging</i> .....	22
2.1.6 <i>Perceived Taste</i> .....	23
2.1.7 <i>Repurchase Intention</i> .....	23
2.2 Model Penelitian .....	24
2.3 Hipotesis.....	25
2.4 Penelitian Terdahulu .....	27

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
<b>3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>31</b>
<b>3.2 Desain Penelitian.....</b>	<b>35</b>
<b>3.2.1 Exploratory Research Design.....</b>	<b>36</b>
<b>3.2.2 Conclusive Research Design .....</b>	<b>36</b>
<b>3.2.2.1 Descriptive Research.....</b>	<b>36</b>
<b>3.2.2.1.1 Cross-Sectional Design .....</b>	<b>36</b>
<b>3.2.2.1.1.1 Single Cross-Sectional Design .....</b>	<b>37</b>
<b>3.2.2.1.1.2 Multiple Cross-Sectional Design .....</b>	<b>37</b>
<b>3.2.2.1.2 Longitudinal Design .....</b>	<b>37</b>
<b>3.2.2.2 Casual Research .....</b>	<b>37</b>
<b>3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....</b>	<b>38</b>
<b>3.3.1 Populasi .....</b>	<b>39</b>
<b>3.3.2 Sampel .....</b>	<b>39</b>
<b>3.3.2.1 Sampling Unit .....</b>	<b>39</b>
<b>3.3.2.2 Sampling Frame .....</b>	<b>39</b>
<b>3.3.2.3 Sampling Technique .....</b>	<b>39</b>
<b>3.3.2.4 Sampling Size .....</b>	<b>43</b>
<b>3.4 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>43</b>
<b>3.4.1 Periode Penelitian .....</b>	<b>43</b>
<b>3.4.2 Pengumpulan Data .....</b>	<b>44</b>
<b>3.4.2.1 Primary Data .....</b>	<b>44</b>
<b>3.4.2.2 Secondary Data.....</b>	<b>44</b>
<b>3.5 Operasionalisasi Variabel .....</b>	<b>45</b>
<b>3.5.1 Variabel Independen .....</b>	<b>45</b>
<b>3.5.2 Variabel Dependen .....</b>	<b>45</b>
<b>3.6 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>47</b>
<b>3.6.1 Uji Pre-Test.....</b>	<b>47</b>
<b>3.6.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....</b>	<b>48</b>
<b>3.6.2.1 Uji Validitas .....</b>	<b>48</b>
<b>3.6.2.1.1 Content Validity .....</b>	<b>48</b>
<b>3.6.2.1.2 Criterion Validity .....</b>	<b>48</b>
<b>3.6.2.1.3 Construct Validity .....</b>	<b>48</b>
<b>3.6.2.2 Uji Reliabilitas .....</b>	<b>50</b>

3.6.3	Analisis Data Penelitian .....	50
3.6.3.1	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.6.3.1.1	Uji Normalitas .....	51
3.6.3.1.2	Uji Multikolinieritas .....	52
3.6.3.1.3	Uji Heteroskedastisitas .....	52
3.7	Uji Hipotesis .....	53
3.7.1	Uji Statistik F (Uji Signifikansi Simultan) .....	53
3.7.2	Uji Statistik T (Uji Signifikansi Parameter Individual).....	53
3.7.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) ( <i>R Square</i> ) .....	54
3.7.4	Uji Regresi Linear Berganda (Persamaan Regresi).....	55
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	56
4.2	Analisis Statistik.....	57
4.2.1	Hasil Responden Berdasarkan Usia .....	57
4.2.2	Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.2.3	Hasil Responden Berdasarkan Domisili.....	59
4.2.4	Hasil Responden Berdasarkan Profesi.....	60
4.2.5	Hasil Responden Berdasarkan Anggaran Dalam Sekali Pembelian .....	61
4.3	Analisis Deskriptif .....	62
4.3.1	<i>Perceived Price</i> .....	63
4.3.2	<i>Perceived Quality</i> .....	65
4.3.3	<i>Perceived Packaging</i> .....	67
4.3.4	<i>Perceived Taste</i> .....	69
4.3.5	<i>Repurchase Intention</i> .....	71
4.4	Uji Instrumen <i>Pre-Test</i> .....	74
4.4.1	Uji Validitas .....	74
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	75
4.5	Uji Instrumen <i>Main-Test</i> .....	76
4.5.1	Uji Validitas .....	77
4.5.2	Uji Reliabilitas .....	78
4.6	Uji Asumsi Klasik .....	79
4.6.1	Uji Normalitas.....	79
4.6.2	Uji Multikolinieritas.....	82

4.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	83
4.7 Uji Hipotesis .....	85
4.7.1 Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	85
4.7.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	87
4.7.3 Uji Statistik T (Uji Signifikansi Parameter Individual).....	88
4.8 Pembahasan.....	90
4.8.1 Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	90
4.8.2 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	92
4.8.3 Pengaruh <i>Perceived Packaging</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	93
4.8.4 Pengaruh <i>Perceived Taste</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	94
4.9 Implikasi Manajerial Hasil Pembahasan Penelitian .....	95
4.9.1 Upaya Peningkatan <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	95
4.9.2 Upaya Peningkatan <i>Perceived Packaging</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	98
4.9.3 Upaya Peningkatan <i>Perceived Taste</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	99
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>102</b>
5.1 Simpulan .....	102
5.2 Saran .....	103
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	103
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>105</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>113</b>

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.2 Syarat Uji Validitas IBM SPSS <i>Statistics</i> .....	49
Tabel 3.3 Syarat Uji Reliabilitas IBM SPSS <i>Statistics</i> .....	50
Tabel 4.1 Interval Kelas .....	62
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif <i>Perceived Price</i> .....	63
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif <i>Perceived Quality</i> .....	65
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif <i>Perceived Packaging</i> .....	68
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif <i>Perceived Taste</i> .....	70
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif <i>Repurchase Intention</i> .....	72
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i> .....	74
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i> .....	75
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas <i>Main-Test</i> .....	77
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas <i>Main-Test</i> .....	78
Tabel 4.11 Kesimpulan Hasil Uji Statistik T .....	89



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 PDB Industri Pengolahan Nomigasi Indonesia (2022).....	1
Gambar 1.2 Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Tahun 2011 - 2023 .....	2
Gambar 1.3 Pasar Minuman Boba Terbesar di Asia Tenggara 2021 .....	3
Gambar 1.4 Minuman Boba Favorit Masyarakat Indonesia 2022 .....	4
Gambar 1.5 Perbandingan Followers Chatime, Xiboba, dan Xing Fu Tang...6	
Gambar 1.6 Diagram Jumlah Responden yang Memilih minuman boba yang Biasa di Konsumsi.....	7
Gambar 1.7 Diagram Jumlah Responden Ketika Membeli Minuman Boba...8	
Gambar 1.8 Diagram Jumlah Responden yang Mengetahui Minuman Xing Fu Tang .....	9
Gambar 1.9 Diagram Jumlah Responden yang Pernah Membeli Minuman Xing Fu Tang.....	10
Gambar 1.10 Diagram Keputusan pembelian Minuman Xing Fu Tang Kembali.....	11
Gambar 1.11 Alasan Responden Tidak Ingin Membeli Minuman Xing Fu Tang Kembali.....	12
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	25
Gambar 3.1 Logo Xing Fu Tang .....	31
Gambar 3.2 Media Sosial Xing Fu Tang .....	33
Gambar 3.3 Menu Xing Fu Tang .....	34
Gambar 3.4 Desain Penelitian .....	35
Gambar 3.5 Proses Desain <i>Sampling</i> .....	38
Gambar 3.6 Teknik <i>Sampling</i> .....	40
Gambar 4.1 Hasil Responden Berdasarkan Usia .....	57
Gambar 4.2 Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Gambar 4.3 Hasil Responden Berdasarkan Domisili.....	59
Gambar 4.4 Hasil Responden Berdasarkan Profesi.....	60
Gambar 4.5 Hasil Responden Berdasarkan Anggaran Dalam Sekali Pembelian .....	61



<b>Gambar 4.6 Hasil Histogram Uji Normalitas .....</b>	<b>80</b>
<b>Gambar 4.7 Hasil <i>P-plot of Regression Standardized Residual</i> Uji Normalitas .....</b>	<b>81</b>
<b>Gambar 4.8 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....</b>	<b>82</b>
<b>Gambar 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas .....</b>	<b>83</b>
<b>Gambar 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....</b>	<b>84</b>
<b>Gambar 4.11 Hasil Uji <i>Glejser</i> .....</b>	<b>84</b>
<b>Gambar 4.12 Hasil Uji <i>Glejser</i> .....</b>	<b>85</b>
<b>Gambar 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>86</b>
<b>Gambar 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>) .....</b>	<b>87</b>
<b>Gambar 4.15 Hasil Uji Statistik T (Uji Signifikansi Parameter Individual)..</b>	<b>88</b>
<b>Gambar 4.16 Contoh Ilustrasi <i>Perceived Price</i> .....</b>	<b>96</b>
<b>Gambar 4.17 Contoh Ilustrasi <i>Perceived Price</i> .....</b>	<b>96</b>
<b>Gambar 4.18 Contoh Ilustrasi <i>Perceived Packaging</i> .....</b>	<b>99</b>
<b>Gambar 4.19 Ilustrasi <i>Perceived Taste</i> .....</b>	<b>101</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jurnal Utama .....	105
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Pre-Test</i> .....	105
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Main-Test</i> .....	105
Lampiran 4 Hasil Uji Multikolinieritas .....	105
Lampiran 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	105
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas.....	105
Lampiran 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	105
Lampiran 8 Hasil Uji T .....	105
Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	105
Lampiran 10 Kuesioner Penelitian .....	105
Lampiran 11 Hasil Pengecekan Turnitin .....	105
Lampiran 12 Form Konsultasi Bimbingan .....	105

