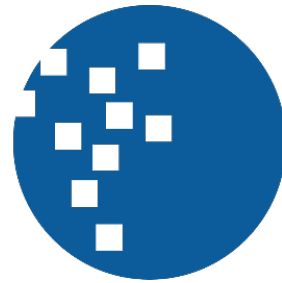


**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
NIAT MEMBELI KEMBALI PADA PRODUK SUSU DALAM
KEMASAN ULTRAMILK**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

**Lovenia Kirana
00000069643**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
NIAT MEMBELI KEMBALI PADA PRODUK SUSU DALAM
KEMASAN ULTRAMILK**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Lovenia Kirana

00000069643

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Lovenia Kirana

Nomor Induk Mahasiswa : 00000069643

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MEMBELI
KEMBALI PADA PRODUK SUSU DALAM KEMASAN ULTRAMILK

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Desember 2025



Lovenia Kirana

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Skripsi dengan judul

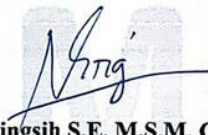
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT
MEMBELI KEMBALI PADA PRODUK SUSU DALAM KEMASAN
ULTRAMILK**

Oleh

Nama : Lovenia Kirana
NIM : 00000069643
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Uji Skripsi Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, 10 Desember 2025

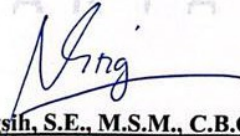
Pembimbing



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 PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Lovenia Kirana

NIM : 00000069643

Program Studi : Manajemen

Judul Laporan : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI NIAT MEMBELI KEMBALI PADA
PRODUK SUSU DALAM KEMASAN ULTRAMILK

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Laporan/Project/Tugas Akhir*(pilih salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☒ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☒ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi

N U S A N T A R A

(3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 10 Desember 2025



Lovenia Kirana

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MEMBELI KEMBALI PADA PRODUK SUSU DALAM KEMASAN ULTRAMILK

Oleh

Nama : Lovenia Kirana

NIM : 00000069643

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Selasa, 16 Desember 2025

Pukul 14.00 s.d 15.30 dan dinyatakan

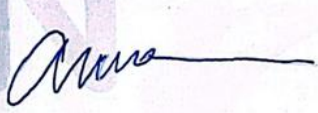
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

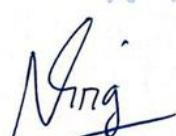
Penguji

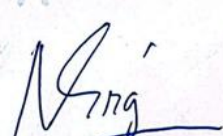

Trihadi Pudiawan Erhan, S.E., M.S.E., Ph.D
NIDN 0312028802


Anna Riana Putriva, S.E., M.Si.
NIDN: 0321107801

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih S.E, M.S.M, C.B.O
NIDN 0323047801


Purnamaningsih S.E, M.S.M, C.B.O
NIDN 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lovenia Kirana

NIM : 00000069643

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI NIAT MEMBELI KEMBALI PADA PRODUK
SUSU DALAM KEMASAN ULTRAMILK

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*).
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 10 Desember 2025



Lovenia Kirana

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkatnya, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Membeli Kembali pada Produk Susu dalam Kemasan Ultramilk**” yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Peneliti menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Dalam proses menyelesaikan Tugas Akhir, penulis banyak memperoleh dukungan, bantuan, motivasi, hingga saran dari beberapa pihak yang terlibat. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr Ir. Andrey Andoko, M.Sc. Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Prio Utomo, S.t., MPC., selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih S.E, M.S.M, C.B.O selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Purnamaningsih S.E, M.S.M, C.B.O selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman-teman terdekat saya, Kyoko Stefani Lim, Devania Natalia Pristian, Felicia Jennifer, Kristiana Andrea, Kellysia Mona, yang memberikan motivasi dan waktu mereka dalam proses penyusunan tugas akhir ini

7. Ferdinand Marcelino yang sudah menyemangatkan saya dan selalu mendengarkan keluh kesah saya dan memberikan dukungan untuk terus melangkah maju

Semoga dengan adanya karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat berupa wawasan pengetahuan dan menjadi referensi bagi seluruh pembaca. Semoga dengan adanya karya ilmiah ini juga dapat menjadi landasan penelitian lebih lanjut, dan memberikan kontribusi yang lebih besar.

Tangerang, 10 Desember 2025



Lovenia Kirana

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MEMBELI KEMBALI PADA PRODUK SUSU DALAM KEMASAN ULTRAMILK

Lovenia Kirana

ABSTRAK

Salah satu produk minuman yang banyak dikonsumsi di Indonesia yaitu susu termasuk merek Ultra Milk yang sudah dikenal luas oleh masyarakat. Namun, meningkatnya jumlah pesaing dan beragamnya pilihan susu dalam kemasan membuat sebagian konsumen mulai mempertimbangkan ulang keputusan pembelian mereka. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi *Repurchase Intention* konsumen terhadap produk Ultra Milk. Penelitian ini menguji empat hipotesis yang berfokus pada variabel Perceived Price, Perceived Packaging, Perceived Taste, dan Perceived Quality. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online kepada 105 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perceived Price, Perceived Packaging, dan Perceived Taste memiliki pengaruh positif terhadap *Repurchase Intention* konsumen terhadap Ultra Milk. Namun, variabel Perceived Quality tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Aspek harga, desain kemasan, serta rasa produk menjadi faktor yang paling menentukan dalam mendorong niat beli ulang konsumen, sementara kualitas produk belum menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian kembali Ultra Milk.

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

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING REPURCHASE INTENTION TOWARD ULTRAMILK PACKAGED MILK PRODUCTS

Lovenia Kirana

ABSTRACT

One of the most widely consumed beverage products in Indonesia is milk, including the well-known Ultra Milk brand. However, the increasing number of competitors and the growing variety of packaged milk options have led some consumers to reconsider their purchase decisions. This study was conducted to identify the factors that influence consumers' Repurchase Intention toward Ultra Milk products. The research examined four hypotheses focusing on the variables of Perceived Price, Perceived Packaging, Perceived Taste, and Perceived Quality. The data were collected through an online questionnaire distributed to 105 respondents who met the research criteria. The analytical method used was multiple linear regression with the assistance of IBM SPSS Statistics 26. The results indicate that Perceived Price, Perceived Packaging, and Perceived Taste have a positive influence on consumers' Repurchase Intention toward Ultra Milk. However, Perceived Quality does not have a significant effect on Repurchase Intention. Price, packaging design, and product taste are the most influential factors in encouraging consumers to repurchase, while product quality has not yet become a primary consideration in consumers' repeat purchase decisions for Ultra Milk.

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



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFICIAL (AI)	iv
HALAMAN PENGESAHAN	vi
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Batasan Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Tinjauan Teori	15
2.1.1 Marketing	15
2.1.2 Perceived Price	17
2.1.3 Perceived Quality	18
2.1.4 Perceived Packaging	19
2.1.5 Perceived Taste	21
2.1.6 Consumer Perceptions	22
2.1.7 Repurchase Intention	23
2.2 Model Penelitian	24
2.3 Hipotesis Penelitian	25
2.3.1 Pengaruh Perceived Price terhadap Repurchase Intention	25
2.3.2 Pengaruh Perceived Packaging terhadap Repurchase Intention	26
2.3.3 Pengaruh Perceived Taste terhadap Repurchase Intention	27
2.3.4 Pengaruh Perceived Quality terhadap Repurchase Intention	28
2.4 Penelitian Terdahulu	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	33
3.2 Desain Penelitian	36
3.2.1 Exploratory Research Design	37
3.2.2 Conclusive Research Design	37
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	39
3.3.1 Populasi	39
3.3.2 Time	40
3.3.3 Sampling Frame	40

3.3.4	Sampling Techniques	40
3.4	Sample size	43
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5.1	Data Primer	43
3.5.2	Data Sekunder	44
3.6	Prosedur Penelitian	44
3.6.1	Periode Penelitian.....	44
3.6.2	Pengumpulan Data	44
3.7	Operasionalisasi Variabel	45
3.7.1	Variabel Independen (Exogenous)	45
3.7.2	Variabel Dependen (Endogenous).....	46
3.8	Operasionalisasi Variabel	47
3.9	Teknik Analisis Data.....	51
3.9.1	Uji Pre-Test dengan Analisis Faktor	51
3.9.2	Uji Instrumen Penelitian.....	52
3.9.3	Uji Validitas	52
3.9.4	Uji Reliabilitas.....	54
3.9.5	Regresi Linear Berganda	54
3.9.6	Uji Asumsi Klasik	54
3.10	Analisis Data Penelitian	56
3.10.1	Uji Hipotesis.....	56
3.10.2	Koefisien Determinasi (R^2)	57
3.10.3	Uji F (Uji Signifikansi Simultan)	58
3.10.4	Uji t (Uji Signifikansi Parsial).....	58
3.11	Hipotesis Penelitian.....	59
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	60
4.1	Karakteristik Responden	60
4.1.1	Profile Responden	60
4.2	Analisis Statistik.....	70
4.2.1	Tabel Penilaian Variabel	71
4.3	Uji Instrumen Pre-test	78
4.3.1	Uji Validitas	79
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	80
4.4	Uji Instrumen Main-Test.....	81
4.4.1	Uji Validitas <i>Main-test</i>	81
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	83
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	84
4.5.1	Uji Normalitas	84
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas	87
4.5.3	Uji Multikolinearitas	88
4.6	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	89
4.7	Uji Hipotesis	90
4.7.1	Hasil Analisis Data dengan F-Statistik.....	90
4.7.2	Hasil Analisis Data dengan t-Statistik.....	91
4.8	Uji Analisis Data dengan Multiple Regression Analysis.....	94

4.8.1	Hasil Persamaan Regresi.....	94
4.9	Interpretasi Koefisien Regresi.....	95
4.9.1	Perbandingan Pengaruh Variabel pada Model Regresi.....	97
4.10	Interpretasi Hasil.....	99
4.10.1	Pengaruh Perceived Price terhadap Repurchase Intention	99
4.10.2	Pengaruh Perceived Packaging terhadap Repurchase Intention	100
4.10.3	Pengaruh Perceived Taste terhadap Repurchase Intention....	101
4.10.4	Pengaruh Perceived Quality terhadap Repurchase Intention	102
4.11	Implikasi Manajerial Hasil Pembahasan Penelitian.....	103
4.11.1	Upaya Peningkatan Perceived Price terhadap Repurchase Intention	103
4.11.2	Upaya Peningkatan Perceived Packaging terhadap Repurchase Intention	105
4.11.3	Upaya Peningkatan Perceived Quality terhadap Repurchase Intention	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		109
5.1	Kesimpulan	109
5.2	Saran	110
5.2.1	Saran bagi Perusahaan.....	110
5.2.2	Saran bagi Penelitian Selanjutnya	111
DAFTAR PUSTAKA.....		113
LAMPIRAN		113



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Top Brand Award Merek Susu Di Indonesia.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	47
Tabel 3. 2 Syarat Uji Validitas IBM SPSS Statistics	53
Tabel 4. 1 Interval Rata-Rata	70
Tabel 4. 2 Penilaian Variabel Perceived Price	71
Tabel 4. 3 Penilaian Variabel Perceived Packaging.....	73
Tabel 4. 4 Penilaian Variabel Perceived Taste	74
Tabel 4. 5 Penilaian Variabel Perceived Quality	76
Tabel 4. 6 Penilaian Variabel Repurchase Intention.....	77
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Pre-Test.....	79
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test	80
Tabel 4. 9 Uji Validitas Main-Test	82
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Main-Test	83
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	88
Tabel 4. 12 Hasil Koefisien Determinasi	89
Tabel 4. 13 Hasil Uji Anova	91
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Data dengan t-Statistik	92
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Persamaan Regresi	94
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Persamaan Regresi	98



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penurunan grafik susu cair dalam kemasan siap minum	3
Gambar 1. 2 Komentar & Video Sosial Media Tentang Susu Yang Bergumpalan.....	7
Gambar 1. 3 Diagram Jumlah Responden Merek Susu Yang Biasa di Konsumsi ..	8
Gambar 1. 4 Diagram Jumlah Responden yang mengetahui Merek Susu dalam Kemasan Ultramilk.....	9
Gambar 1. 5 Diagram Jumlah Responden yang Terakhir Kali Membeli Susu dalam Kemasan Ultramilk.....	9
Gambar 1. 6 Diagram Jumlah Responden yang Ingin Membeli Susu dalam Kemasan Ultramilk dalam Waktu Dekat.....	10
Gambar 1. 7 Faktor-faktor Responden pertimbangan ketika ingin Membeli Produk Susu dalam Kemasan	10
Gambar 2. 1 Model Penelitian	25
Gambar 3. 1 Logo Ultramilk.....	33
Gambar 3. 2 Produk Susu dalam Kemasan Ultramilk	34
Gambar 3. 3 Pencarian Informasi tentang Ultramilk	35
Gambar 3. 4 Gambar jenis desain penelitian	36
Gambar 3. 5 Kerangka Teknik Techniques	41
Gambar 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	60
Gambar 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Gender	61
Gambar 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Domisili	62
Gambar 4. 4 Data responden mengonsumsi susu dalam kemasan sehari-hari.....	63
Gambar 4. 5 Data brand susu yang biasa di konsumsi.....	64
Gambar 4. 6 Data yang mengetahui produk susu dalam kemasan ultramilk	65
Gambar 4. 7 Data pengetahuan mengenai susu dalam kemasan Ultramilk	66
Gambar 4. 8 Data Intensitas Pembelian Minuman Ultramilk dalam jangka waktu 3 bulan Terakhir.....	67
Gambar 4. 9 Data Pembelian Kembali susu dalam kemasan produk ultramilk dalam waktu dekat.....	68
Gambar 4. 10 Data Anggaran Konsumen Siapkan Untuk Sekali Membeli Susu Dalam Kemasan.....	69
Gambar 4. 11 Hasil Uji Normalitas dengan Histogram.....	85
Gambar 4. 12 Hasil Uji Normalitas dengan P-Plot.....	86
Gambar 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan grafik Scatterplot	87
Gambar 4. 14 Gambar Ilustrasi Perceived Price	104
Gambar 4. 15 Gambar Ilustrasi Perceived Packaging.....	106
Gambar 4. 16 Gambar Ilustrasi Menonjolkan Kesegaran Susu	107

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Formulir konsultasi Skripsi	117
Lampiran B. Formulir penggunaan perangkat kecerdasan artifisial	119
Lampiran C. <i>Screening and Profiling</i> Responden	124
Lampiran D. Hasil perhitungan Pertanyaan Kuisisioner	128
Lampiran E. Uji validitasn dan reliabilities	135
Lampiran F. Hasil analisa Regresi	139
Lampiran G. Jurnal Utama.....	141

