



**ANALISIS YANG MEMENGARUHI MINAT BELI ULANG SERTA  
PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AIR MINUM AQUA  
GALON DI KOTA JEMBER**

*Analisis of Influencing Buying Interest Again and It's Influence On Customer Loyalty  
Aqua Gallon Of Drinking Water In The Town Of Jember*

**SKRIPSI**

**Disusun oleh**

**Rizki Putri Ariyanti**

**080810201114**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS JEMBER**

**2012**

**SKRIPSI**

**ANALISIS YANG MEMENGARUHI MINAT BELI ULANG SERTA  
PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AIR MINUM AQUA  
GALON DI KOTA JEMBER**

**Oleh**

**Rizki Putri Ariyanti**

**080810201114**

**Pembimbing**

**Dosen Pembimbing Utama : Prof. Dr. H. R. Andi Sularso,MSM**

**Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Ketut Indraningrat, M. Si**

## **SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizki Putri Ariyanti

NIM : 080810201114

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “ Analisis Yang Memengaruhi Minat Beli Ulang Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Minum Aqua Galon di Kota Jember “ adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan, dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, November 2012

Yang Menyatakan

Rizki Putri Ariyanti

NIM 080810201114

## PENGESAHAN

### **ANALISIS YANG MEMENGARUHI MINATBELI ULANG SERTA PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AIR MINUM AQUA GALON DI KOTA JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Rizki Putri Ariyanti

NIM : 080810201114

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal 8 November 2012 Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Universitas Negeri Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Dr. Handriyono, M. Si

NIP. 19620802 199002 1 001

Sekretaris : Drs. Ketut Indraningrat, M. Si

NIP . 19610710 198902 1 002

Anggota : Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM

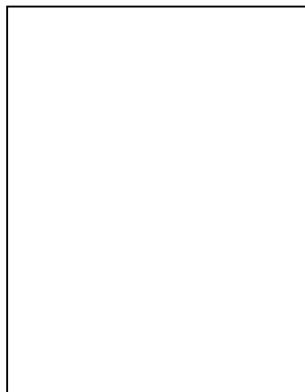
NIP. 19600413 198602 1 002

Mengetahui/Menyetujui

Universitas Jember

Fakultas Ekonomi

Dekan



Dr. Moehammad Fathorazzi, M. Si

NIP. 196306141 99002 1 001

## **TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Analisis Yang Memengaruhi Minat Beli Ulang Serta Pengaruhnya  
Terhadap Loyalitas Pelanggan Air MinumAqua Galon di Kota  
Jember

Nama : Rizki Putri Ariyanti

NIM : 080810201114

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Tanggal Persetujuan : November 2012

Pembimbing I

Pembimbing II

**Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM.**

**NIP. 196004131986021002**

**Drs. Ketut Indraningrat, M. Si.**

**NIP. 196107101989021002**

Ketua Jurusan

Program Studi Manajemen

**Prof. Dr. H. Isti Fadah, M. Si**

**NIP. 196610201990022001**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku tercinta bapak Abdul Arigianto dan ibu Sugiyanti, yang selama ini sudah membesarkanku, mendidikku, mendoakanku, memberikan banyak kasih sayangnya serta selalu mendukungku. Terima kasih banyak atas pengorbanan selama ini untukku.
2. Kakakku Soffie Indri Ariyanti dan adikku Happy Firdausi Ariyanti serta segenap saudara-saudaraku ( keluarga besarku ) yang tidak bisa aku sebutkan satu per satu yang selalu mendukungku.
3. Suamiku Didik Slamet Purwanto yang menemani dalam suka duka,memberi motivasi dan serta membimbingku disetiap hariku, tidak lupa Muhammad Al Fathih Aryasatya Purwanto juga ikut memberiku semangat.
4. Kepada guru-guruku serta bapak ibu dosen yang telah mendidikku hingga sekarang.
5. Seluruh teman dan sahabatku MGT '08 ( Khususnya Tika, Dini, Daniar, Kias, Devi ) terimakasih atas segala bantuan, semangat dan motivasi yang kalian berikan kepadaku dan selalu ada untukku “ You are is the best friends “
6. Almamater kebanggaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jember.

## MOTTO

Hinaan, caci makian dan cemoohan dari orang yang ragu pada kita adalah cambuk paling kuat untuk mencapai kesuksesan.

( Sir Alex Ferguson )

“ Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar “ ( Al-Baqarah: 153 ).

- Berangkatlah dengan penuh keyakinan
  - Berjalanlah dengan ikhlasmu
  - Istiqomah dalam menghadapi segala ujian dan cobaan
- 
- ❖ Lebih Baik Menjadi Diri Sendiri Yang Apa Adanya, Carilah Jati Dirimu dan Dapatkan Hidup Yang Mandiri Serta Hidup Yang Mempunyai Prinsip Kejujuran Sebagai Tonggak Hidup.
  - ❖ Selalu Berpikir Optimis dan Kedepannya Harus Lebih dari Sebelumnya Karena Hidup Selalu Berputar dan Maju Kedepan.
  - ❖ Jadikanlah Pengalamannya Sebagai Guru Terbaik Agar Tidak Terjadi Kesalahan Yang Sama.

*Dalam Hidup, Persiapkan Dirimu Sebaik Mungkin, dan Daripada Menunggu Kesempatan Datang, Lebih Baik Kamu Menciptakan Kesempatan itu.  
( Penulis )*

## **Ringkasan**

**Analisis Yang Memengaruhi Minat Beli Ulang Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Minum Aqua Galon Di Kota Jember ; Rizki Putri Ariyanti ; 080810201114; 2012 ; Jurusan Ekonomi ; Universitas Jember**

Keputusan pembelian terhadap aqua galon di kota Jember semakin tinggi apabila bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat dan distribusi yang baik. Karena produk yang berkualitas dan dapat diandalkan merupakan pertimbangan dari konsumen untuk melakukan pembelian maupun pembelian ulang. Selama ini aqua galon dinilai oleh konsumen sebagai produk yang memiliki kualitas baik. Harga juga menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Jika barang yang dibeli harganya sesuai dengan manfaat yang mereka dapatkan maka, konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian kembali dimasa yang akan datang.

Ketersediaan aqua galon yang mudah didapat juga menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Produk aqua yang mudah didapatkan di toko-toko terdekat ( dekat pemukiman/tempat tinggal konsumen ) menjadi alasan untuk konsumen melakukan pembelian ulang terhadap produk aqua galon ini.

Adanya iklan/promosi diberbagai media yang mampu menunjukkan bahwa aqua memiliki citra baik dan hal itu pula yang menjadi pendorong konsumen untuk membeli maupun melakukan pembelian ulang terhadap produk aqua galon di kota Jember. Citra baik tersebut juga mampu menunjukkan bahwa kualitas pada aqua galon tersebut sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

Hasil dari penelitian menyatakan bahwa kualitas produk sangat berpengaruh terhadap pembelian ulang aqua galon di kota Jember. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas aqua galon telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya akan air mineral yang sehat dan berkualitas baik. Jadi jika mereka merasa kebutuhan akan produknya sudah terpenuhi dan harapan dari kualitas produk yang mereka dapat sesuai dengan apa yang mereka harapkan, maka mereka akan memperoleh kepuasan akan produk yang telah dipilih.



## SUMMARY

**Analisis of Influencing Buying Interest Again and It's Influence On Customer Loyalty  
Aqua Gallon Of Drinking Water In The Town Of Jember ; Rizki Putri Ariyanti;  
080810201114 ; 2012 ; Departemen *of* Economics, University *of* Jember**

The decision to purchase aqua gallon in the city Jember higher if the marketing mix which includes product, price, place and good distribution. Due to quality products and reliable is the consideration of the consumer to make a purchase and repeat purchase. During this aqua gallon rated leh consumers as the products have good quality. Price is also an important factor in the purchasing decision. If the purchased item cost in accordance with the benefits they get it, the consumer will decide to make a purchase again in the future.

Availability aqua gallon easily available is also a consideration for consumers to make repeat purchases. Aqua products are readily available in shops nearby (near the settlement / residential consumers) a reason for the consumer to purchase the product again this aqua gallon.

The advertisement / promotion in various media were able to show that the aqua has a good image and it's also the driving force consumers to purchase and re-purchase of the product in the town of Jember aqua Galin. Is also capable of good image shows that the aqua gallon kuality expected by the consumer.

The results of the study suggested that the quality of the product is very influential on repeat purchases Jember aqua gallon in the city. This suggests that the quality of aqua gallons are in accordance with what is expected by the consumer, which aims to make ends meet will be mineral water healthy and good quality. So products have met the need and expectations of the quality products that they can match what they expect, they will gain the satisfaction of the product that has been selected.

## **ABSTRAK**

**Studi ini bertujuan untuk menganalisis hal-[hal apa saja yang memengaruhi minat beli ulang serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan air minum aqua kemasan galon. Sampel dalam penelitian ini meliputi 70 pelanggan aqua yang telah melakukan pembelian ulang aqua galon yang ditarik menggunakan teknik sampling. Dengan menggunakan regresi linier berganda diperoleh hasil bahwa bauran pemasaran, Kualitas dan pendapatan berpengaruh terhadap minat beli ulang dan loyalitas pelanggan. Kontribusi utama dari penelitian ini adalah dapat memodelkan konsep pemasaran dan marketing strategi bagi produk.**

**Kata Kunci : bauran pemasaran, kualitas produk, dan pendapatan. Karena ketiga hal tersebut sangat berpengaruh terhadap pembelian ulang aqua galon.**

## **ABSTRACT**

**This study had a purpose to analyse matter-[hal any that memengaruhi the interest bought repeated as well as his influence on loyalty of the drinking water customer aqua the package galon. Sampel in this research covered 70 customers aqua that carried out the repeated purchase aqua gallon that was attracted used teknik sampling. By using linear regression multiplied was received by results that the marketing mixture, the Quality and the income were influential towards the interest bought repeated and the customer's loyalty. The main contribution from this research able to memodelkan the concept of the marketing and marketing the strategy for the product.**

**The key word: the marketing mixture, the quality of the product, and the income. Because the three matters were very influential towards the repeated purchase aqua gallon.**

## **Prakata**

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT serta hidayahNYA, yang telah dilimpahkan pada penulis sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikannya program studi S-1 (Manajemen) Fakultas Ekonomi, Universitas Jember .

Penulis menyadari dalam penulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan penulis, akan tetapi berkat pertolongan dari Allah SWT serta dorongan pihak bimbingan maka akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Selain itu, dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu secara langsung atau tidak langsung. Sebagai ungkapan bahagia, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Moehammad Fathorazzi, M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember ;
2. Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M. Si selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Jember
3. Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM dan Drs. Ketut Indraningrat, M Si , Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat dan pengarahan selama proses berjalannya pembuatan skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;
4. Kedua orang tuaku tercinta bapak Abdul Arigianto dan ibu Sugiyanti, yang selama ini sudah membesarkanku, mendidikku, mendoakanku, memberikan banyak kasih sayangnya serta selalu mendukungku. Terima kasih banyak atas pengorbanan selama ini untukku.
5. Kakakku Soffie Indri Ariyanti dan adikku Happy Firdausi Ariyanti serta segenap saudara-saudaraku ( keluarga besarku ) yang tidak bisa aku sebutkan satu per satu yang selalu mendukungku.
6. Suamiku Didik Slamet Purwanto yang menemani dalam suka duka,memberi motivasi dan serta membimbingku disetiap hariku, tidak lupa Muhammad Al Fathih Aryasatya Purwanto juga ikut memberiku semangat.
7. Seluruh teman dan sahabatku MGT '08 ( Khususnya Tika, Dini, Daniar, Kias, Devi ) terimakasih atas segala bantuan, semangat dan motivasi yang kalian berikan kepadaku dan selalu ada untukku “ You are is the best friends “

Dengan segala kemampuan dan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki, maka disadari sepenuhnya skripsi ini masih terdapat kekurangan, oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan.

Akhir kata semoga skripsi ini memberikan manfaat dan guna bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen Universitas Jember pada khususnya.

Jember, November 2012

Penulis

# DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>ix</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1 Landasan Teori.....</b>	<b>7</b>
2.1.1 Definisi Pemasaran dan Konsep pemasaran .....	7
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	8
2.1.3 Kualitas Produk .....	10
2.1.4 Pendapatan .....	11
2.1.5 Minat Beli Ulang .....	13

2.1.6 Model perilaku konsumen .....	14
<b>2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>15</b>
<b>2.3 Kerangka Konseptual .....</b>	<b>16</b>
<b>2.4 Hipotesis .....</b>	<b>16</b>
<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
<b>3.1 Rancangan Penelitian .....</b>	<b>18</b>
<b>3.2 Sumber Data dan Jenis data .....</b>	<b>19</b>
3.2.1 Data Berdasarkan Sumbernya .....	19
3.2.2 Jenis Data .....	19
3.2.3 Populasi dan Sampel .....	21
<b>3.3 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>22</b>
3.3.1 Populasi Penelitian .....	22
3.3.2 Sampel Penelitian .....	22
<b>3.4 Identifikasi Variabel .....</b>	<b>22</b>
<b>3.5 Devinisi Operasional Variabel .....</b>	<b>23</b>
<b>3.6 Teknik Pengukuran Data .....</b>	<b>25</b>
<b>3.7 Uji Instrumen Penelitian .....</b>	<b>26</b>
3.7.1 Uji Validitas .....	26
3.7.2 Uji Realibilitas .....	26
3.7.3 Uji Normalitas Distribusi Data .....	27
<b>3.8 Metode Analisis .....</b>	<b>28</b>
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	28
3.8.2 Uji Asumsi Klasik .....	28
3.8.3 Uji Hipotesis .....	30
<b>3.9 Kerangka Pemecahan Masalah .....</b>	<b>33</b>
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1 Gambaran Umum .....	35
4.1.1 Awal Berdirinya Perusahaan .....	35
4.1.2 Perkembangan dan Akuisisi Aqua .....	37

4.1.3 Pasca Akuisisi.....	38
<b>4.2 Analisis Deskriptif .....</b>	<b>40</b>
4.2.1 Karakteristik Responden .....	40
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian .....	43
4.2.3 Pengujian Instrumen .....	47
<b>4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....</b>	<b>51</b>
4.3.1 Koefisien Regresi .....	51
4.3.2 Uji Statistik .....	52
4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....	54
<b>4.4 PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.4.1 Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap minat Beli Ulang.....	57
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang .....	58
4.4.3 Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat beli Ulang .....	59
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>60</b>
5.1 Kesimpulan .....	60
5.2 Saran .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>63</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Model Perilaku Konsumen .....	14
2.2 Penelitian Terdahulu .....	15
4.1 Jenis Kelamin Responden .....	40
4.2 Pendidikan Responden .....	41
4.3 Pekerjaan Responden .....	41
4.4 Pendapatan Responden .....	42
4.5 Frekuensi Pembelian .....	43
4.6 Penilaian Responden Terhadap Variabel Bauran Pemasaran .....	44
4.7 Penilaian Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk .....	45
4.8 Penilaian Responden Terhadap Variabel Pendapatan .....	46
4.9 Penilaian responden Terhadap Variabel Minat Beli Ulang .....	47
4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran .....	48
4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....	48
4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan .....	49
4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang .....	49
4.14 Hasil Uji Reabilitas Konsumen .....	50
4.15 Hasil Uji Normalitas Data .....	50
4.16 Hasil Uji Serempak (Uji F) .....	52
4.17 Hasil uji Multikolinieritas .....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Konsep inti Pemasaran .....	7
2.2 Gambar Pengertian dari Perspektif Produsen dan Perspektif Konsumen .....	10
2.3 Kerangka Konseptual .....	16
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah .....	33
4.3 Scatterplot .....	56
4.5 Uji Autokorelasi .....	57