

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA PADA KEPERCAYAAN  
MEREK DAN EFEKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG  
KONSUMEN PRODUK AIR MINERAL AQUA  
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat  
Sarjana Ekonomi (S1) Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:**

**MARCIA AUDREY WIDJAJA**

**NPM : 10 03 18335**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2014**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA PADA KEPERCAYAAN  
MEREK DAN EFEKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG  
KONSUMEN PRODUK AIR MINERAL AQUA  
(Studi Pada Mahasiswa Univesitas Atma Jaya Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat  
Sarjana Ekonomi (S1) Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:**

**MARCIA AUDREY WIDJAJA**

**NPM : 10 03 18335**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2014**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA PADA KEPERCAYAAN  
MEREK DAN EFEKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG  
KONSUMEN PRODUK AIR MINERAL AQUA**

**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta)**

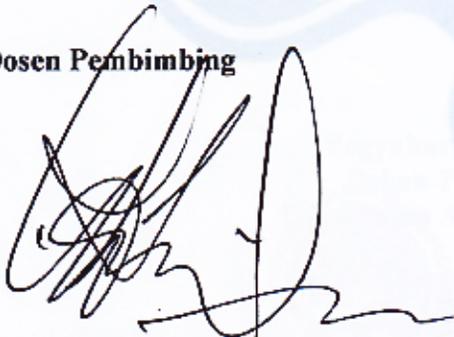
**Disusun oleh:**

**Marcia Audrey Widjaja**

**NPM : 10 03 18335**

**Telah dibaca dan disetujui oleh :**

**Dosen Pembimbing**



**Drs. J. Sudarsono, MS.**

**15 September 2014**

## SKRIPSI

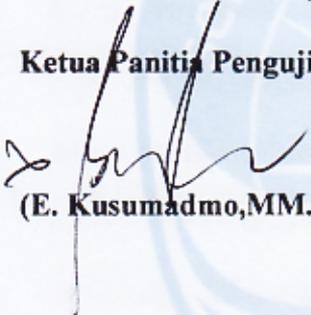
### PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA PADA KEPERCAYAAN MEREK DAN EFEKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PRODUK AIR MINERAL AQUA (Studi Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:  
**Marcia Audrey Widjaja**  
NPM : 10 03 18335

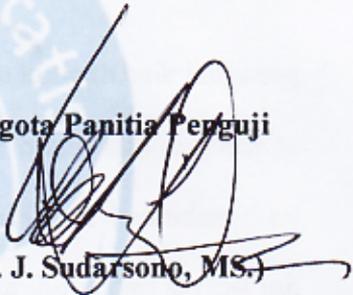
Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 3 Oktober 2014 dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

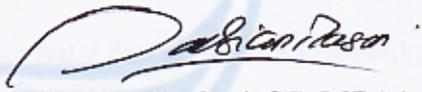
#### SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

  
(E. Kusumadmo, MM., Ph.D.)

Anggota Panitia Penguji

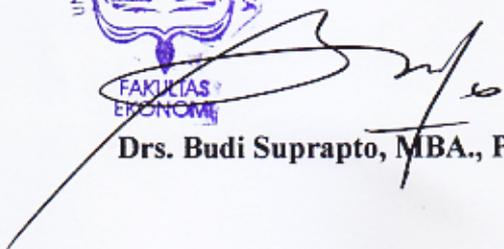
  
(Drs. J. Sudarsono, MS.)

  
(Nadia Nila Sari, SE., MBA.)

Yogyakarta, 3 Oktober 2014

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



  
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

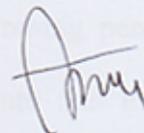
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA PADA KEPERCAYAAN  
MEREK DAN EFEKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG  
KONSUMEN PRODUK AIR MINERAL AQUA**

**(Studi pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta)**

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian ataupun seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 September 2014

Yang menyatakan,



Marcia Audrey Widjaja

## KATA PENGANTAR

Segala hormat, puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan segala rahmat dan berkat-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, dimana skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi untuk jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Ekonomi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi memberikan dukungan, bantuan, dan doa kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dari awal hingga akhir pengerjaan skripsi ini. Dengan segala hormat penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan segala rahmat dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. *You're my Awesome God!*
2. Kedua orang tua dan saudara penulis tercinta, Papi, Mami, dan Jessica yang senantiasa selalu memberikan dukungan terbaik dan doa kepada penulis dari awal hingga akhir. *Love you much Dad, Mom and my lil' sissy!*
3. Bapak Drs. J. Sudarsono, MS. Selaku Dosen Pembimbing penulis yang dengan sabar selalu bersedia membimbing, membantu dan memotivasi penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini. *Thank you Sir for your advices and motivation!*

4. Sahabat – sahabat terkasih sekaligus teman seperjuangan penulis, Ketua “*Uplukers Bersinar*” Delia “*Madam Liyong*” yang memiliki segudang kosakata super ceteran nan menginspirasi dan menemani penulis dalam susah maupun senang, namun selalu sakit kepala jika sehabis dari perpustakaan, Linda “*Nonik Korea*” yang super kalem nan baik hati yang juga selalu mendukung penulis, menemani dalam susah maupun senang, dan juga selalu *care* kepada penulis dengan mengirim makanan jika penulis kelaparan, Novi “*Ndenk*” yang dengan suara menggelegarnya selalu bersedia membantu penulis dan mendukung penulis dalam pengerjaan skripsi ini, Echy “*joglosemar*” yang tidak pernah lelah untuk *touring* joglosemar demi menemui *soulmatenya*, dan senantiasa menyemangati penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini, Yessica “*Zaza*” yang tidak pernah berhenti menyemangati penulis dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Sahabat-sahabat penulis yang lain Adi “*Peyok*”, yang selalu memotivasi penulis dalam pengerjaan skripsi ini, Ko Ricky “*Om Gorila*” yang super iseng namun baik hati yang senantiasa selalu mendukung penulis dalam penyelesaian skripsi ini, Nana “*Unyil*” yang tidak pernah kehabisan akal untuk bertindak diluar batas kewajaran demi menghibur kawan-kawannya.
6. Sahabat-sahabat terkasih dari Kos Purisari yang bermaskotkan “*Karila Silver-Tooth*” ,Para Personil dari “*Uplukers Bersinar*” Atria “*Atriul*” yang selalu mendukung dan menyemangati penulis dalam penulisan skripsi ini hingga selesai, Dia “*Bambi*” yang hobi melakukan jeritan malam namun

rajin beribadah dan beramal. Natalie “*Ompong*” yang selalu gagal diet, namun selalu berhasil mendapatkan tambatan hati dalam tempo yang sesingkat-singkatnya, Agnes “*Bundo*” yang berbody super namun selalu bersedia membukakan pintu kamar kosnya lebar-lebar bagi penulis, Bani “*Bendof*” yang juga merupakan teman seperjuangan penulis, yang tidak pernah menyerah ketika berulang kali mendapati “*acc tanpa pencerahan*”, dan Cie Nana “*mamah*” yang senantiasa menyemangati dan mendukung penulis dari awal pengerjaan hingga terselesaikannya skripsi ini.

7. Teman-teman yang lain yang juga turut membantu dan mendukung penulis : Dessy, Dita, Hari, Cie putri, dan Joseph.
8. Seluruh dosen dan pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan pihak-pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari masih terdapat kekurangan-kekurangan dalam skripsi yang telah dibuat ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan serta kemampuan. Oleh sebab itu penulis mengharapkan masukan, kritik, dan saran yang membangun sehingga mampu menjadikan skripsi ini lebih baik lagi, dan bermanfaat bagi semua pihak, terkhususnya rekan-rekan mahasiswa.

Yogyakarta, 15 September 2014

Marcia Audrey Widjaja

**“For I know the plans I have for you declares the Lord; plans to prosper you and not harm you, plans for hope and a future”**

**-Jeremiah 29:11-**

**It always seems impossible until it's done,**

**Keep going, no matter what!**

**-unknown-**

**A DREAM doesn't become reality through magic**

**It takes Sweat, Determination, and Hard work**

**-Colin Powell-**

**If You keep on believing the dreams that you wish will come true**

**-Cinderella-**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>INTISARI</b> .....	xviii
<b>BAB 1        PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1.    Latar Belakang Masalah .....	1
1.1.1. Sekilas Tentang AQUA .....	4
1.2.    Rumusan Masalah .....	8
1.3.    Batasan Masalah .....	9
1.4.    Tujuan Penelitian .....	16
1.5.    Manfaat Penelitian .....	17

1.6.	Sistematika Penulisan .....	18
<b>BAB 2</b>	<b>TINJAUAN KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN</b>	
	<b>HIPOTESIS .....</b>	<b>21</b>
2.1.	Keputusan Pembelian Ulang .....	21
2.2.	Kualitas Produk. ....	22
2.3.	Harga .....	25
2.4.	Kepercayaan Merek. ....	26
2.5.	Pengembangan Hipotesis. ....	28
2.6.	Penelitian Terdahulu .....	29
2.7.	Kerangka Penelitian .....	32
<b>BAB 3</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1.	Ruang Lingkup Penelitian (Lokasi Penelitian, Objek Penelitian, Subjek Penelitian) .....	35
3.2.	Jenis Penelitian. ....	35
3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian. ....	36
3.4.	Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data. ....	37
	3.4.1. Metode Sampling yang Digunakan. ....	37
	3.4.2. Metode/Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.5.	Pengujian Instrumen Penelitian .....	43
	3.5.1. Uji Validitas .....	44
	3.5.2. Uji Reliabilitas .....	44
3.6.	Teknik Analisis yang Digunakan. ....	45

3.6.1.	Analisis Regresi Mediasi. ....	45
3.6.2.	Analisis Regresi Moderasi. ....	48
3.6.3.	Independent Sample T-Test . . . . .	49
3.6.4.	Uji One Way Anova . . . . .	50
3.6.5.	Uji One Sample T-Test . . . . .	50
3.6.6.	Analisis Deskriptif . . . . .	51
<b>BAB 4</b>	<b>ANALISIS DATA. ....</b>	<b>52</b>
4.1.	Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas. ....	52
4.1.1.	Uji Validitas. ....	53
4.1.2.	Uji Reliabilitas. ....	56
4.2.	Hasil Uji Peran Mediasi Kepercayaan Merek Dalam Hubungan Kausal Kualitas Produk dan Harga Dengan Keputusan Pembelian Ulang . . . . .	58
4.3.	Hasil Uji Peran Moderasi Kepercayaan Merek dan Karakteristik Responden Dalam Hubungan Kausal Antar Variabel Penelitian. ....	62
4.4.	Hasil Uji Deskriptif Variabel Dalam Penelitian . . . . .	63
4.4.1.	Hasil Uji Beda Derajat Penilaian Variabel Ditinjau dari Perbedaan Karakteristik Responden. ....	64

4.4.2.	Hasil Uji T-Test Value Terhadap Variabel yang Terdapat Dalam Penelitian. ....	69
4.5.	Profil Karakteristik Responden .....	77
4.5.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	78
4.5.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Konsumen. ....	78
4.5.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Alternatif Lain Jika Produk Air Mineral AQUA Tidak Ditemukan Konsumen .....	79
4.5.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Faktor Utama Responden Memilih Produk Air Mineral AQUA. ....	80
4.5.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Pembelian Produk Air Mineral AQUA. ....	80
4.6.	Pembahasan .....	81
<b>BAB 5</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>86</b>
5.1.	Kesimpulan .....	86
5.2.	Implikasi Manajerial .....	88
5.3.	Kelemahan Penelitian .....	90
5.4.	Saran .....	91
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
	<b>LAMPIRAN</b>	

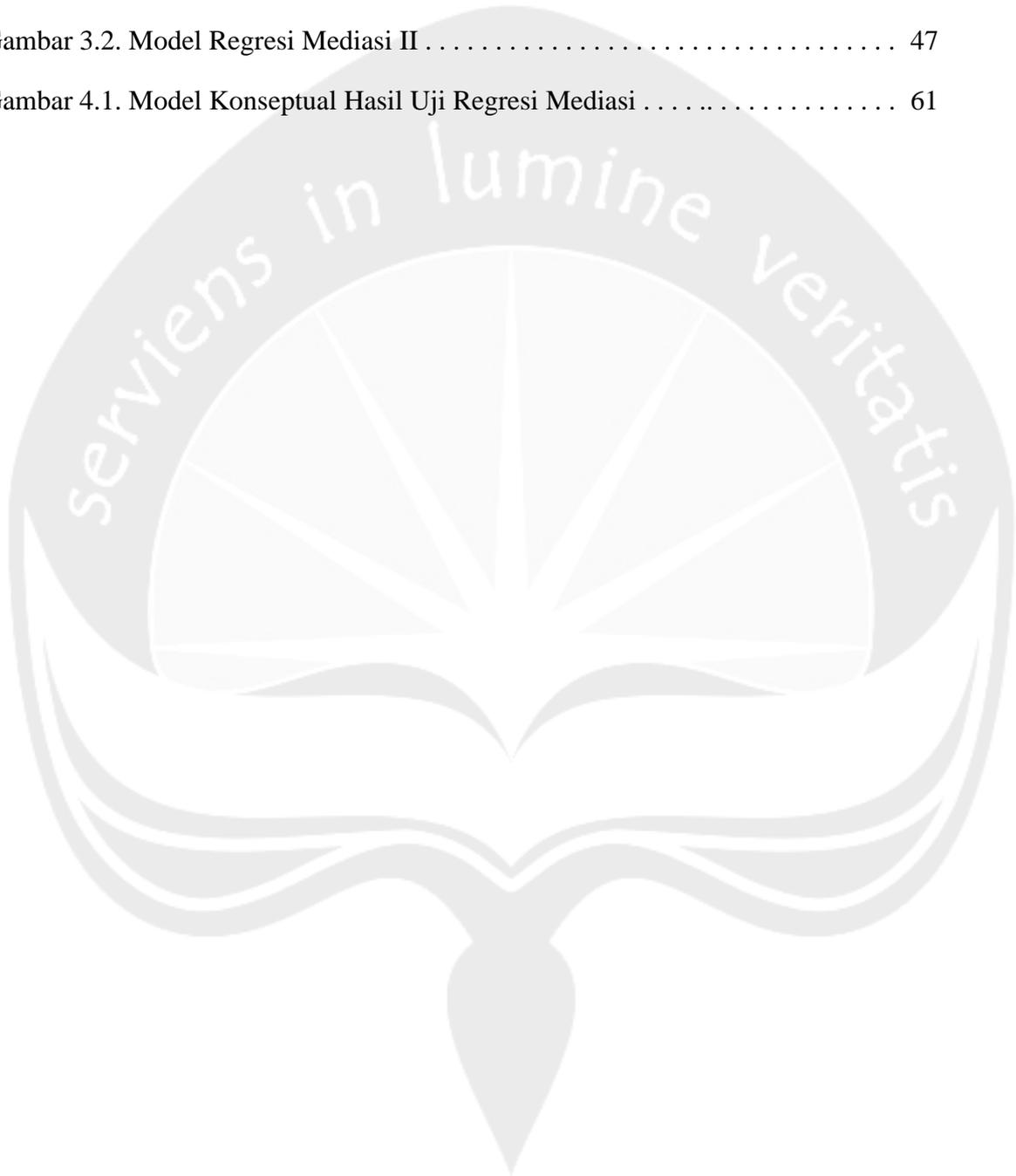
## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas .....	54
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	56
Tabel 4.3. Hasil Uji Regresi Variabel Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang .....	58
Tabel 4.4. Hasil Uji Regresi Variabel Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepercayaan merek .....	59
Tabel 4.5. Hasil Uji Regresi Variabel Kualitas Produk, Harga, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang .....	60
Tabel 4.6. Hasil Uji Beda Dengan Menggunakan Alat Analisis One way Anova Ditinjau Dari Faktor Utama Pemilihan Produk Air mineral AQUA ...	64
Tabel 4.7. Hasil Uji Beda Ditinjau Dari Faktor Utama Pemilihan Produk Air mineral AQUA .....	65
Tabel 4.8. Hasil Uji Beda Dengan Menggunakan Alat Analisis One way Anova Ditinjau Dari Tempat Pembelian Produk Air mineral AQUA .....	66
Tabel 4.9. Hasil Uji Beda Ditinjau Dari Tempat Pembelian Produk Air mineral AQUA .....	66
Tabel 4.10. Hasil T-Test Value Dari Variabel-Variabel Dalam Penelitian Dengan Menggunakan Batas Bawah 3,41 .....	69
Tabel 4.11. Hasil T-Test Value Dari Nilai Rata-Rata Variabel Dalam Penelitian Dengan Menggunakan Batas Bawah 3,41 .....	69
Tabel 4.12. Hasil T-Test Value Dari Variabel-Variabel Dalam Penelitian Dengan Menggunakan Batas Atas 4,21 .....	70
Tabel 4.13. Hasil T-Test Value Dari Nilai Rata-Rata Variabel Dalam Penelitian Dengan Menggunakan Batas Atas 4,21 .....	70
Tabel 4.14. Hasil One Sample T-Test dari Indikator-Indikator Yang Terdapat Dalam Variabel Kualitas Produk Dalam Penelitian .....	71

Tabel 4.15. Hasil Nilai Rata-Rata Dari Indikator-Indikator yang Terdapat Dalam Variabel Kualitas Produk Dalam Penelitian . . . . .	71
Tabel 4.16. Hasil One Sample T-Test dari Indikator-Indikator Yang Terdapat Dalam Variabel Harga Dalam Penelitian . . . . .	73
Tabel 4.17. Hasil Nilai Rata-Rata Dari Indikator-Indikator yang Terdapat Dalam Variabel Harga Dalam Penelitian . . . . .	73
Tabel 4.18. Hasil One Sample T-Test dari Indikator-Indikator Yang Terdapat Dalam Variabel Kepercayaan Merek Dalam Penelitian . . . . .	74
Tabel 4.19. Hasil Nilai Rata-Rata Dari Indikator-Indikator yang Terdapat Dalam Variabel Kepercayaan Merek Dalam Penelitian . . . . .	74
Tabel 4.20. Hasil One Sample T-Test dari Indikator-Indikator Yang Terdapat Dalam Variabel Keputusan Pembelian Ulang Dalam Penelitian . . . . .	76
Tabel 4.21. Hasil Nilai Rata-Rata Dari Indikator-Indikator yang Terdapat Dalam Variabel Keputusan Pembelian Ulang Dalam Penelitian . . . . .	76
Tabel 4.22. Hasil Uji Penelitian Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin . . . . .	78
Tabel 4.23. Hasil Uji Penelitian Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi. .	78
Tabel 4.24. Hasil Uji Penelitian Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Alternatif . . . . .	79
Tabel 4.25. Hasil Uji Penelitian Karakteristik Responden Berdasarkan Faktor Utama . . . . .	80
Tabel 4.26. Hasil Uji Penelitian Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Pembelian . . . . .	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Konseptual Penelitian .....	33
Gambar 3.1. Model Regresi Mediasi I .....	46
Gambar 3.2. Model Regresi Mediasi II .....	47
Gambar 4.1. Model Konseptual Hasil Uji Regresi Mediasi .....	61



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Data Kuesioner
2. Lampiran Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
3. Lampiran Hasil Dari Kuesioner yang Dibagikan
4. Lampiran Data Hasil Output SPSS



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA PADA  
KEPERCAYAAN MEREK DAN EFEKNYA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PRODUK AIR MINERAL AQUA  
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta)**

**Marcia Audrey Widjaja**

**J. Sudarsono**

*Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya  
Yogyakarta, Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga pada kepercayaan merek dan efeknya terhadap keputusan pembelian ulang konsumen produk air mineral AQUA

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari mahasiswa-mahasiswi dari seluruh fakultas di Universitas Atma Jaya Yogyakarta di lingkungan Babarsari sebanyak 130 responden yang dianggap sudah mampu mewakili dari populasi yang ada. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan pembagian kuesioner kepada mahasiswa-mahasiswi yang berada di lingkungan Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan asumsi mereka pernah mengkonsumsi air mineral AQUA. Sedangkan alat analisis yang dipergunakan untuk menguji pengaruh dari kualitas produk dan harga pada kepercayaan merek dan efeknya terhadap keputusan pembelian ulang konsumen produk air mineral AQUA yaitu regresi mediasi. Hasil dari pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini membuktikan yaitu keputusan pembelian ulang konsumen produk air mineral AQUA sebagian besar dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga.

**Kata kunci :** keputusan pembelian ulang, kualitas produk, kepercayaan merek, harga.