



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN –PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

Pengaruh Consumer Decision Making dan Consumer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pada Produk Pipot Cookies

Skripsi

Oleh

Karina Ayu Khaerunnisa

6081901036

Bandung

2023



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN –PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

***Pengaruh Consumer Decision Making dan Consumer
Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pada Produk
Pipot Cookies***

Skripsi

Oleh

Karina Ayu Khaerunnisa

6081901036

Pembimbing

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si.

Bandung

2023

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Karina Ayu Khaerunnisa
Nomor Pokok : 6081901036
Judul : Pengaruh *Consumer Decision Making* dan *Consumer Satisfaction*
Terhadap *Repurchase Intention* pada Produk Pipot Cookies.

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 7 Juli 2023
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji


Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Agus Gunawan, S.Sos.,B.App.Com.,MBA.,M.Phil.

: 

Sekretaris

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si.

: 

Anggota

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST.,M.AB.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Karina Ayu Khaerunnisa
NPM : 6081901036
Program Studi : Administrasi Bisnis Program Sarjana
Judul : Pengaruh *Consumer Decision Making* dan
Consumer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pada Produk Pipot Cookies.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 19 Juni 2023



Karina Ayu Khaerunnisa

ABSTRAK

Nama : Karina Ayu Khaerunnisa
NPM : 6081901036
Judul : Pengaruh *Consumer Decision Making* dan *Consumer Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Produk *Pipot Cookies*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Consumer Decision Making* dan *Consumer Satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *Repurchase Intention* pada produk *Pipot Cookies*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan jenis penelitian *explanatory* dan teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang dibagikan melalui *Google Form* kepada 180 orang responden. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda memakai *software IBM SPSS 25*. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa *consumer decision making* dan *consumer satisfaction* secara simultan mempengaruhi *Repurchase Intention* (Y) sebesar 46%.

Kata Kunci: *Consumer Decision Making*, *Consumer Satisfaction*, *Repurchase Intention*

ABSTRACT

Name : Karina Ayu Khaerunnisa
Student ID : 6081901036
Title : *The Effect of Consumer Decision Making and Consumer Satisfaction on Repurchase Intention Pipot Cookies.*

This study aims to examine the effect of the effect of Consumer Decision Making and Consumer Satisfaction on Repurchase Intention Pipot Cookies. The research method used is a survey method with explanatory research and data collection techniques used questionnaires via Google Form to 180 respondents. This study uses multiple regression analysis using IBM SPSS 25 software. Based on the research results, found that consumer decision making and consumer satisfaction has a simultaneously affect to repurchase intention by 46%.

Keywords: Consumer Decision Making, Consumer Satisfaction, Repurchase Intention

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Consumer Decision Making* dan *Consumer Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Produk Pipot *Cookies*” ini adalah dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar S1 Program Studi Administrasi Bisnis pada Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT karena atas restuNya penulis mampu menyelesaikan skripsi.
2. Kedua orang tua penulis, Wiwin Setiawati dan Taufik Hidayat serta keluarga yang selalu mendoakan dan mendukung penulis di dalam hal apapun terutama dalam mengerjakan skripsi.
3. Ibu Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing penulis dalam penyusunan skripsi selalu memberikan ilmu dalam menyusun skripsi sejak awal hingga akhir.
4. Bapak Dr.Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
5. Ibu Shelvi, S.AB., M.M. selaku ketua prodi Ilmu Administasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Katolik Parahyangan.

7. Nabilla Octaviani selaku owner Pipot *Cookies* dan selaku sepupu penulis yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk meneliti dan memperoleh data Pipot *Cookies*.

8. Fahmi yang selalu menemani, memberikan doa dan semangat serta mendukung penulis dalam menyusun skripsi.

9. Seluruh sahabat dan teman penulis (Ratu Rara, Sipa, Abil, Shafiya, Ratu Azzahra, Puty, Sarah, Fayza, Sonia, Keisha, Linda dan teman-teman lainnya) yang telah mendukung dan memberikan saran serta masukan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan belum sempurna. Maka dari itu, penulis mengharapkan saran dan masukan serta kritik membangun untuk perbaikan agar skripsi ini dapat bermanfaat. Akhir kata, penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung dalam proses penyusunan skripsi.

Bandung, 19 Juni 2023



Karina Ayu Khaerunnisa

DAFTAR ISI

Table of Contents

JUDUL LUAR.....	I
JUDUL DALAM	II
LEMBAR PERSETUJUAN	IV
LEMBAR PERNYATAAN.....	IV
ABSTRAK.....	I
ABSTRACT	II
KATA PENGANTAR.....	III
DAFTAR ISI.....	V
DAFTAR GAMBAR.....	VII
DAFTAR TABEL.....	VIII
DAFTAR LAMPIRAN	IX
BAB I	1
1.1. LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2. IDENTIFIKASI PERMASALAHAN.....	4
1.3. TUJUAN PENELITIAN	5
1.4. OBJEK PENELITIAN	5
1.4.1. Latar Belakang dan Sejarah Perusahaan.....	5
1.4.2. Strategi Perusahaan.....	6
BAB II.....	8
2.1 TEORI DAN KONSEP YANG RELEVAN.....	8
2.1.1 <i>Consumer Decision Making</i>	8
2.1.2 <i>CONSUMER SATISFACTION</i>	11
2.1.3. <i>REPURCHASE INTENTION (NIAT PEMBELIAN KEMBALI)</i>	13
2.1.4 PENGARUH <i>CONSUMER DECISION MAKING</i> TERHADAP <i>REPURCHASE INTENTION</i>	14
2.1.5 PENGARUH <i>CONSUMER SATISFACTION</i> TERHADAP <i>REPURCHASE INTENTION</i>	17
2.1.6 PENGARUH <i>CONSUMER DECISION MAKING</i> DAN <i>CONSUMER SATISFACTION</i> TERHADAP <i>REPURCHASE INTENTION</i>	17
2.1.7 PENELITIAN TERDAHULU.....	18
2.1.8 HIPOTESIS PENELITIAN	18
2.1.9 MODEL PENELITIAN	19
2.1.10 OPERASIONALISASI VARIABEL.....	19
2.2 METODE.....	25
2.2.1 <i>Metode Penelitian</i>	25
2.2.2 <i>Jenis Penelitian</i>	25
2.2.3 <i>Populasi dan Sampling</i>	25
2.2.4 <i>Teknik Pengumpulan Data</i>	26
2.2.5 <i>Teknis Analisis Data</i>	27
BAB III	32
3.1 Uji KUALITAS DATA	32

3.1.1 Uji Validitas.....	32
3.1.2 Uji Reliabilitas.....	34
3.2 PROFIL RESPONDEN.....	35
2.2.1 Usia.....	35
3.2.2 Jenis Kelamin.....	36
2.2.2 Asal Kota.....	37
2.2.3 Pekerjaan.....	38
2.2.4 Pendidikan.....	39
2.2.5 Pendapatan.....	39
2.2.6 Pengeluaran.....	40
2.2.7 Pembelian.....	42
2.3 STATISTIK DESKRIPTIF.....	43
2.3.1 Consumer Decision Making.....	43
2.3.2 Consumer Satisfaction.....	45
2.3.3 Repurchase Intention.....	46
3.4 Uji ASUMSI KLASIK.....	46
3.4.1 Uji Normalitas.....	46
3.4.2 Uji Multikolinearitas.....	47
3.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	48
3.5 ANALISIS REGRESI BERGANDA.....	48
3.6 Uji KELAYAKAN MODEL.....	50
3.6.1 Uji Simultan.....	50
3.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2) dan Korelasi (R).....	51
3.7 Uji HIPOTESIS.....	52
3.8 TEMUAN.....	53
BAB V.....	55
4.1 KESIMPULAN.....	55
4.2 REKOMENDASI.....	56
4.3 IMPLIKASI.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Cookies Pipot Cookies	3
Gambar 1. 3 Logo Pipot Cookies.....	6
Gambar 2. 1 Model Penelitian	19

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	2
Tabel 1. 2 Hasil Wawancara	4
Tabel 2. 1 Indikator Consumer Decision Making.....	9
Tabel 2. 2 Indikator Consumer Satisfaction	12
Tabel 2. 3 Indikator Repurchase Intention.....	14
Tabel 2. 4 Pengukuran Variabel Penelitian	21
Tabel 2. 5 Skala Likert	24
Tabel 3.1 Uji Validitas Consumer Decision Making.....	32
Tabel 3.2 Uji Validitas Consumer Satisfaction	33
Tabel 3.3 Uji Validitas Repurchase Intention.....	34
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas.....	34
Tabel 3.5 Usia	35
Tabel 3.6 Jenis Kelamin	36
Tabel 3.7 Asal Kota	37
Tabel 3.8 Pekerjaan.....	38
Tabel 3.9 Pendidikan.....	39
Tabel 3.10 Pendapatan.....	40
Tabel 3.11 Pengeluaran.....	41
Tabel 3.12 Pembelian	42
Tabel 3.13 Statistik Deskriptif Consumer Decision Making	43
Tabel 3.14 Statistik Deskriptif Consumer Satisfaction	45
Tabel 3.15 Statisttik Deskriptif Repurchase Intention	46
Tabel 3.16 Uji Normalitas	46
Tabel 3.17 Uji Multikolinearitas	47
Tabel 3.18 Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel 3.19 Analisis Regresi Berganda	48
Tabel 3.20 Analisis Regresi Berganda 2.....	49
Tabel 3. 21 Uji Simultan.....	50
Tabel 3. 22 Uji Koefisien Determinasi dan Korelasi.....	51
Tabel 3. 23 Uji Parsial (Ujit T).....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	60
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas Consumer Decision Making.....	61
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Consumer Satisfaction	62
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Repurchase Intention.....	62
Lampiran 5 Hasil Statistik Deskriptif Consumer Decision Making	63
Lampiran 6 Hasil Statistik Deskriptif Consumer Satisfaction.....	63
Lampiran 7 Hasil Statistik Deskriptif Repurchase Intention	63
Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinearitas	63
Lampiran 9 Hasil Uji Autokorelasi.....	64
Lampiran 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
Lampiran 11 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	64

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Banyak pelaku usaha mulai membuka dan mengembangkan bisnisnya pada industri *pastry and bakery* sehingga adanya persaingan yang kuat pada bidang usaha tersebut hal ini dikarenakan untuk mempelajari pengolahan *pastry and bakery* terbilang cukup mudah. Selain itu, kue merupakan salah satu *lifestyle* masyarakat Indonesia, banyak masyarakat yang menjadikan kue sebagai makanan yang dikonsumsi sehari-hari untuk dijadikan sarapan dan makanan penutup, kue pernikahan, kue ulang tahun, cemilan dan lain sebagainya. Konsumen menilai produk melalui kualitas atau mutu, harga, fungsi dan manfaat yang diberikan oleh suatu produk atau jasa sehingga para pengusaha di bidang industri *pastry and bakery* harus memperhatikan apa yang diinginkan oleh konsumen agar konsumen membeli produk atau jasa mereka (Prastiwi & Sari, 2018).

Saat ini di Kota Bandung terkenal akan wisata kulinernya, bisnis kuliner menjadi bisnis yang sedang diminati oleh banyak orang. *Bakery* atau kue merupakan salah satu bisnis kuliner yang diminati oleh masyarakat dan wisatawan yang datang ke Kota Bandung. Terdapat banyak sekali toko kue di Kota Bandung dan sebagian besar toko kue selalu memiliki banyak pembeli.

Salah satu perusahaan di bidang industri *pastry and bakery* adalah Pipot *Cookies*. Pipot *Cookies* merupakan perusahaan kecil menengah yang berasal dari Kota Bandung yang menjual berbagai macam kue seperti *cookies*, *fudgy*

brownies, *birthday cookies* dan miles crepes. Penjualan Pipot *Cookies* awalnya hanya dilakukan melalui Instagram saja, tetapi saat ini sudah bisa dibeli secara langsung melalui *Ping and Read Coffee*, Bandung. Salah satu pesaing Pipot *Cookies* adalah Tupkies. Tupkies merupakan perusahaan yang menjual *cookies box* dan *birthday cookies*. Persaingan produk dilihat dari segi rasa dan varian produk yang serupa yaitu *birthday cookies* yang desainnya bisa *custom* sesuai dengan keinginan konsumen sehingga hasil dari desain tersebut menjadi penentu bagi konsumen untuk memutuskan untuk membeli produknya kembali atau tidak. Berikut merupakan data penjualan Pipot *Cookies*:

Tabel 1. 1
Data Penjualan Pipot *Cookies*

Bulan	Tahun	
	2021	2022
Januari	Rp. 991.000	Rp. 592.000
Februari	Rp. 408.000	Rp. 556.000
Maret	Rp. 527.000	Rp. 315.000
April	Rp. 438.000	Rp. 1.563.000
Mei	Rp. 4.445.000	Rp. 12.835.000
Juni	Rp. 265.000	Rp. 1.053.000
Juli	Rp. 291.000	Rp. 580.000
Agustus	Rp. 895.000	Rp. 105.000
September	Rp. 817.000	-
Oktober	Rp. 1.058.000	-

November	Rp. 588.000	-
Desember	Rp. 378.000	-
Total	Rp. 11.101.000	Rp. 17.599.000

Berdasarkan data tersebut, Penjualan *cookies* pada Pipot *Cookies* berbeda-beda setiap bulannya dikarenakan tidak banyak konsumen Pipot *Cookies* yang menjadikan *cookies* sebagai cemilan sehari-hari sehingga mereka hanya membeli *cookies* saat ingin saja atau saat ada yang berulang tahun. Penjualan Pipot *Cookies* meningkat pada hari raya lebaran yaitu bulan Mei karena Pipot *Cookies* menjual *hampers* lebaran sehingga total penjualan pada tahun 2022 lebih besar dibandingkan dengan tahun 2021 walaupun tidak ada data penjualan dari bulan September hingga Desember.



Gambar 1. 1

Cookies Pipot Cookies

Hampers lebaran dari Pipot *Cookies* dapat berguna bagi konsumen yang ingin membeli *hampers* untuk dimakan bersama keluarga ketika lebaran atau memberikan *hampers* lebaran kepada sahabat dan teman. Selain itu, bagi

konsumen yang suka makanan manis, *cookies* bisa dijadikan atau berfungsi sebagai cemilan.

1.2. Identifikasi Permasalahan

Berikut merupakan hasil wawancara konsumen Pipot *Cookies*:

Tabel 1. 2
Hasil Wawancara

Responden	Apa alasan anda membeli produk Pipot <i>Cookies</i>?	Apakah anda puas dengan produk Pipot <i>Cookies</i>? Berikan alasannya!	Apakah anda akan membeli produk Pipot <i>Cookies</i> lagi?
1	Karena memiliki varian produk yang beragam	Iya	Iya
2	Karena saya suka <i>cookies</i>	Iya	Iya
3	Karena saya suka <i>cookies</i>	Iya	Iya
4	Karena penampilan produk yang menarik	Iya	Iya
5	Karena saya suka makanan manis	Iya	Iya
6	Karena saya suka <i>cookies</i>	Iya	Iya
7	Karena memiliki varian produk yang beragam	Iya	Iya
8	Karena penampilan produk yang menarik	Iya	Iya
9	Karena saya suka <i>cookies</i>	Iya	Iya
10	Karena saya suka makanan manis	Iya	Iya

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada 10 orang konsumen Pipot *Cookies*, konsumen membeli produk Pipot *Cookies* karena beberapa alasan seperti varian produk yang beragam, menyukai *cookies*, penampilan produk yang menarik dan menyukai makanan manis. Hasil wawancara tersebut berkaitan dengan variabel pertama yaitu *Consumer Decision Making*.

Kemudian 100% responden merasa puas dengan produk Pipot *Cookies* dan akan membeli produk Pipot *Cookies* lagi. Hasil wawancara tersebut berkaitan dengan variabel kedua yaitu *Consumer Satisfaction* dan variabel ketiga yaitu *Repurchase Intention*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Consumer Decision Making* dan *Consumer Satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *Repurchase Intention*. Dikarenakan hasil wawancara kepada 10 orang responden belum mewakili, penulis harus menyebarkan kuisisioner kepada 180 orang responden. Dengan demikian, judul penelitian ini adalah “Pengaruh *Consumer Decision Making* dan *Consumer Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention*”.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dijelaskan, berikut rumusan permasalahan yang diajukan:

1. Apakah *Consumer Decision Making* berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* pada produk Pipot *Cookies*.
2. Apakah *Consumer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* pada produk Pipot *Cookies*?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Consumer Decision Making* terhadap *Repurchase Intention* pada produk Pipot *Cookies*.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Consumer Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention* pada produk Pipot *Cookies*.

1.4. Objek Penelitian

1.4.1. Latar Belakang dan Sejarah Perusahaan

Pipot *Cookies* merupakan perusahaan yang menjual berbagai macam jenis kue, seperti *cookies* dengan berbagai varian rasa seperti rasa original, brownies, red velvet dan chocolate. Pipot *Cookies* juga menjual fudgy brownies, *birthday cookies* dan miles crepes. Pipot *Cookies* berdiri pada bulan April tahun 2020 dan Pipot *Cookies* sendiri didirikan pada saat peluang bisnis kuliner di Bandung yang cukup besar serta masa pandemi memberhentikan banyak pekerja lapangan. Selain itu, tujuan didirikan Pipot *Cookies* adalah ingin masyarakat yang membeli *cookies* selalu tersenyum karena rasa *cookies* yang enak dan menyenangkan.



Gambar 1. 2

Logo Pipot *Cookies*

1.4.2 Strategi Perusahaan

Awalnya Pipot *Cookies* hanya menjual *cookies* saja dan hanya melakukan penjualan secara online melalui Instagram dengan username @Pipot.Cookies yang berproduksi di jalan Saturnus IX no.11, Margahayu Raya, Bandung. Seiring berjalannya waktu, Pipot *Cookies* mengembangkan bisnisnya dengan menjual fudgy brownies, *birthday cookies* dan miles crepes. Selain itu, Pipot *Cookies*

melakukan penjualan secara offline di *Ping and Read Coffee* yang berada di jalan Bukit Indah I no.6, Kota Bandung.

Pipot *Cookies* kerap bekerja sama dengan beberapa perusahaan seperti *Ping and Read Coffee* untuk menjual hampers lebaran, *Calti Coffee* untuk menjual hampers natal dan tahun baru, serta bekerja sama dengan aromaterapi local untuk konsumsi pada *workshop* yang diadakan oleh aromaterapi local. Hal tersebut bertujuan agar Pipot *Cookies* semakin dikenal oleh masyarakat.