

**ANALISIS PENGARUH PERSAINGAN, BAURAN PROMOSI
DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI
ULANG PRODUK EMINA KOSMETIK MELALUI
TIKTOK SHOP (STUDI KASUS MAHASISWI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ULB KAMPUS III KOTA PINANG)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



OLEH

**SRI HANDAYANI WIDYASTUTY
19.012.00.205**

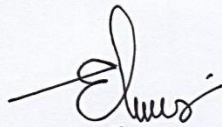
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : SRI HANDAYANI WIDYASTUTY
NPM : 19.012.00.205
PROGRAM STUDI : S1-MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH PERSAINGAN,
BAURAN PROMOSI DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI
ULANG PRODUK EMINA KOSMETIK
MELALUI TIKTOK SHOP (STUDI KASUS
MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ULB KAMPUS III KOTA PINANG)

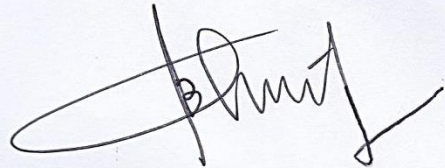
Disetujui

PEMBIMBING I



Elvina, S.Pd., M.Si
NIDN : 0108108101

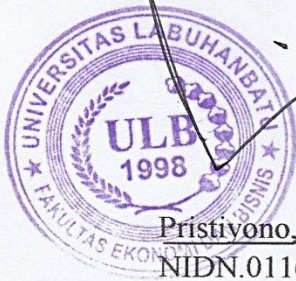
PEMBIMBING II



Mulkan Ritonga, SE., M.Ak
NIDN : 0114128404

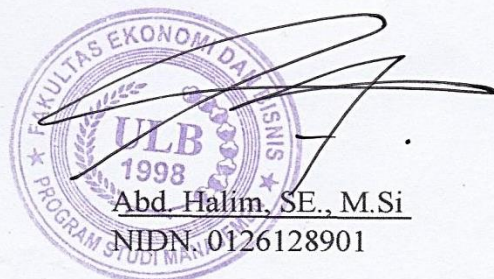
Menyetujui :

DEKAN



Pristiyono, SE., M.Si
NIDN.0116118301

KAPRODI MANAJEMEN



Abd. Halim, SE., M.Si
NIDN. 0126128901

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

NAMA : SRI HANDAYANI WIDYASTUTY
NPM : 19.012.00.205
PROGRAM STUDI : S1-MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH PERSAINGAN,
BAURAN PROMOSI DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI
ULANG PRODUK EMINA KOSMETIK
MELALUI TIKTOK SHOP (STUDI KASUS
MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ULB KAMPUS III KOTA PINANG)

Dengan ini Penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika dikemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.



ABSTRAK

SRI HANDAYANI WIDYASTUTY. NPM. 19.012.00.205. ANALISIS PENGARUH PERSAINGAN, BAURAN PROMOSI DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK EMINA KOSMETIK MELALUI TIKTOK SHOP (STUDI KASUS MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ULB KAMPUS III KOTA PINANG), 2023. Skripsi.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Analisis Pengaruh Persaingan, Bauran Promosi Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Produk Emina Kosmetik Melalui Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Ulb Kampus Iii Kota Pinang). Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dan disebar kepada 86 sampel penelitian yaitu mahasiswi Fakultas Ekonomi dan bisnis Ulb Kampus III Kota Pinang. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 20. Teknik pengujian data yang dilakukan pada penelitian ini meliputi uji validitas dan reabilitas, Uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan Pengujian secara parsial dan simultan. Hasil analisis menunjukkan bahwa persaingan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen hal ini terlihat dari nilai T hitung > T tabel ($2,538 > 1,989$), bauran promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen hal ini terlihat dari nilai T hitung > T tabel ($1,998 > 1,989$), kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen hal ini terlihat dari nilai T hitung > T tabel ($6,599 > 1,989$), secara simultan persaingan, bauran promosi dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen hal ini terlihat dari nilai F hitung > F tabel ($83,827 > 2,48$)

Kata Kunci : persaingan, bauran promosi, kepuasan konsumen dan minat beli ulang

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas segala kemudahan yang Allah SWT berikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini merupakan syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi S1 Manajemen pada Universitas Labuhanbatu.

Skripsi yang penulis susun memiliki judul yaitu **“ANALISIS PENGARUH PERSAINGAN, BAURAN PROMOSI DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK EMINA KOSMETIK MELALUI TIKTOK SHOP (STUDI KASUS MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ULB KAMPUS III KOTA PINANG)”**

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak luput dari bantuan dan bimbingan serta dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan Terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan, yaitu :

1. Bapak Ade Parlaungan Nasution, SE., M.SI, Ph.D, Selaku Rektor Universitas
2. Bapak Pristiyono, SE., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Abd. Halim, SE., M.Si Selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.

4. Ibu Elvina, S.Pd., M.Si, selaku pembimbing I yang sudah banyak membimbing dan memberikan arahan kepada penulis selama proses penyusunan
5. Bapak Mulkan Ritonga, SE., M.Ak, selaku Pembimbing II yang telah membimbing dengan sabar selama penyusunan skripsi ini.
6. Kepada seluruh dosen fakultas ekonomi dan bisnis universitas labuhanbatu.
7. Teristimewa kepada kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa dan semangat kepada saya untuk segera menyelesaikan penulisan skripsi.
8. Kepada seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan moril kepada penulis terkhusus rida ayu, siska novita, dhea Imelda, maria dan seluruhnya.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan kita semua, sebagai bahan referensi dan menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya dibidang studi Manajemen.

Rantauprapat, 24 Juli 2023

Peneliti,



SRI HANDAYANI WIDYASTUTY

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B.	Batasan
dan Perumusan Masalah	5
1.	Batasan
Masalah.....	5
2.	Perumusa
n Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Penelitian Terdahulu	9
B. Uraian Teori	13
1.	Teori
persaingan.....	13
a. Pengertian persaingan.....	13
b. Indikator persaingan.....	14
2.	Teori
bauran promosi	15
a. Pengertian bauran promosi	15
b. Indikator bauran promosi	16
3.	Teori
kepuasan konsumen	17
a. Pengertian kepuasan konsumen	17
b. Elemen kepuasan konsumen.....	17
c. Indikator kepuasan konsumen	19
4.	Teori
minat beli ulang	20

a. Pengertian minat beli ulang	20	
b. Faktor minat beli ulang	21	
c. Indikator minat beli ulang.....	22	
C. Kerangka Konseptual.....	23	
D. Hipotesis Penelitian	24	
BAB III METODE PENELITIAN	26	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26	
1.Lokasi		
Penelitian	26	
2.Waktu		
Penelitian	26	
B. Populasi dan Sampel Penelitian	27	
1.Populasi	27	
2.Sampel	27	
C. Definisi Operasional Variabel	30	
D. Jenis dan Sumber Data.....	31	
E. Teknik Pengumpulan Data.....	30	
F. Uji Instrumen Penelitian	31	
G. Metode Analisis Data.....	36	
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41	
A. Hasil Penelitian.....	41	
1. Gambaran Universitas(Profil, Visi dan Misi, Struktur Organisasi, Job Deskripsi)	41	
2. Hasil Deskriptif Responden.....	49	
3. Hasil Deskriptif Variabel Penelitian	51	
4. Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas)	57	
5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda (Uji t, Uji f dan Koefisien Determinan)	62	
B. Pembahasan.....	67	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72	
A. Kesimpulan	72	
B. Saran	73	
DAFTAR PUSTAKA	74	
LAMPIRAN KUESIONER	76	

DAFTAR TABEL

Nama	Judul	Halaman
Tabel 3.1	Jadwal Kegiatan	26
Tabel 3.2	Data jumlah mahasiswi.....	27
Tabel 3.3	Definisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 3.4	Uji validitas	32
Tabel 3.5	Uji reabilitas	36
Tabel 4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2	Karakteristik Berdasarkan Umur.....	50
Tabel 4.3	Karakteristik Berdasarkan Tingkat Semester.....	50
Tabel 4.4	Deskriptif Responden Tentang x1	51
Tabel 4.5	Deskriptif Responden Tentang x2.....	52
Tabel 4.6	Deskriptif Responden Tentang x3.....	54
Tabel 4.7	Deskriptif Responden Tentang y.....	55
Tabel 4.8	Histogram.....	
Tabel 4.9	Uji multikolinearitas	60
Tabel 4.10	Analisis Regresi Berganda	62
Tabel 4.11	Uji Parsial (T)	64
Tabel 4.12	Uji Simultan (F)	65
Tabel 4.13	Determinan.....	66

DAFTAR GAMBAR

Nama	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	24
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	45
Gambar 4.2	Grafik Histogram	58
Gambar 4.3	Grafik Normal	59
Gambar 4.4	Grafik Heteroskedastisitas.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Nama	Judul
Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Tabulasi Data Uji instrument
Lampiran 3	Hasil Uji Instrumen
Lampiran 4	Tabulasi Data Penelitian
Lampiran 5	Hasil Uji Deskriptif
Lampiran 6	Hasil Uji Asumsi Klasik
Lampiran 7	Hasil Uji Hipotesis