

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, SERTIFIKASI
HALAL, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP
MINAT BELI ULANG PRODUK MIXUE BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Fresyanti Sitorus

200910099

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, SERTIFIKASI
HALAL, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP
MINAT BELI ULANG PRODUK MIXUE BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana**



Oleh:

Fresyanti Sitorus

200910099

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Fresyanti Sitorus

Npm 200910099

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

"PENGARUH *WORD OF MOUTH*, SERTIFIKASI HALAL DAN VARIASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK MIXUE BATAM"

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalakn, serta diproses sesuai dengan peraturan perundangn-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 19 Februari 2024



Fresyanti Sitorus

200910099

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, SERTIFIKASI
HALAL, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP
MINAT BELI ULANG PRODUK MIXUE BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana**

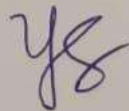
Oleh:

Fresyanti Sitorus

200910099

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 19 Februari 2024



Yunisa Oktavia, S.Pd., M.Pd.

Pembimbing



ABSTRAK

Mixue merupakan salah satu perusahaan es krim di Indonesia yang menawarkan harga yang murah, belakangan ini pembicaraan negatif mengenai Mixue mulai banyak seperti es krim yang mudah cair, terlalu manis dan tidak semua produk Mixue enak, serta Mixue yang pertama kali masuk ke Indonesia belum memiliki sertifikasi halal dan variasi produk mereka yang mulai tertinggal dari pesaing mereka hal ini mengakibatkan terjadinya penurunan minat beli ulang masyarakat terhadap produk Mixue. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh masih-masih variabel yaitu *Word of Mouth*, sertifikasi halal, dan variasi produk terhadap minat beli ulang. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif, populasi dari penelitian ini yaitu masyarakat Kota Batam yang sudah pernah membeli Mixue minimal 1 kali dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan metode *Non Probability Sampling* serta menggunakan metode analisis data yaitu regresi linear berganda. Alat yang digunakan untuk pengolahan data statistik dengan program SPSS 25. Dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang produk Mixue Batam dengan nilai t hitung $2,602 > t$ tabel $1,985$ dan nilai signifikansi $0,011 < 0,05$, sertifikasi halal juga berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang produk Mixue Batam dengan t hitung $2,566 > t$ tabel $1,986$ dengan nilai signifikansi $0,012 < 0,05$ dan variasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang produk Mixue Batam dengan nilai t hitung $4,844 > t$ tabel $1,985$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Uji f diperoleh bahwa *Word of Mouth*, sertifikasi halal, dan variasi produk berpengaruh simultan terhadap minat beli ulang produk Mixue Batam dengan nilai f hitung $83,970 > f$ tabel $2,70$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Minat Beli Ulang, *Word of Mouth*, Sertifikasi Halal, Variasi Produk.

ABSTRACT

Mixue is one of the ice cream companies in Indonesia that offers low prices, recently there has been a lot of negative talk about Mixue such as ice cream that is easily liquid, too sweet and not all Mixue products are delicious, as well as Mixue which first entered Indonesia does not yet have halal certification and their product variations are starting to lag behind their competitors this has resulted in a decrease in people's repurchase interest in Mixue products. This study aims to determine the effect of still variables, namely Word of Mouth, halal certification, and product variations on repurchase interest. The approach used in this research is quantitative method, the population of this study is the people of Batam City who have bought Mixue at least once with a sample size of 100 respondents and data collection techniques using questionnaires with the Non Probability Sampling method and using data analysis methods, namely multiple linear regression. The tools used for statistical data processing with the SPSS 25 program. From the research that has been done, it shows that Word of Mouth has a significant effect on repurchase interest in Mixue Batam products with a t value of $2.602 > t$ table 1.985 and a significance value of $0.011 < 0.05$, halal certification also has a significant effect on repurchase interest in Mixue Batam products with t count $2.566 > t$ table 1.986 with a significance value of $0.012 < 0.05$ and product variations have a significant effect on repurchase interest.

Keywords: *Repurchase Intention, Word of Mouth, Halal Certification, Product Variations.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu pesyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi Manajemen di Universitas Putera Batam. Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa laporan tugas akhir ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Assoc. Prof. Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. Selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. Selaku ketua program studi Manajemen Univeristas Putera Batam
4. Ibu Yunisa Oktavia, S.Pd., M.Pd. Selaku dosen pembimbing saya di Universitas Putera Batam
5. Bapak M. Khoiri, S.Pd., M.Pd selaku pembimbing Akademik Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
6. Dosen dan staff Universitas Putera Batam
7. Seluruh responden pengunjung Mixue Batam yang telah berpartisipasi dalam penelitian.
8. Keluarga besar saya, Bapak saya Ranto Sitorus, Mama saya Rini Bagariang, Adik saya Michael Owen Sitorus, Adik saya Riski Ganda Agung Sitorus, Adik saya Eliezer Saputra Gidion Sitorus yang telah mendukung saya dalam perkuliahan.
9. Terimakasih kepada teman-teman saya yang selama kurang 3,5 tahun ini selalu menemani saya untuk tetap semangat dalam menyelesaikan tugas-tugas perkuliahan hingga saat ini.
10. Terimakasih kepada rekan-rekan kelas Manajemen angkatan 2020 dan sealumni Universitas Putera Batam yang tidak dapat saya sebutkan namanhya satu-persatu.
11. Thank you for being so extraordinary, this thesis is proof to myself that I am able to finish 'well'.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkatnya, Amin.

Batam, 19 Februari 2023



Fresyanti Sitorus



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Pembatasan Masalah	9
1.4. Rumusan Masalah	9
1.5. Tujuan Penelitian	10
1.6. Manfaat Penelitian	10
1.6.1. Manfaat teoritis.....	10
1.6.2. Manfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Kajian Teori.....	12
2.1.1. <i>Word Of Mouth</i> (WOM).....	12
2.1.1.1. Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	12
2.1.1.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Word Of Mouth</i>	14
2.1.1.3. Indikator <i>Word Of Mouth</i>	14
2.1.2. Sertifikasi Halal	15
2.1.2.1. Pengertian Sertifikasi Halal	15
2.1.2.2. Indikator Sertifikasi Halal	16
2.1.3 Variasi Produk	16
2.1.3.1 Pengertian Variasi Produk	16
2.1.3.2. Indikator Variasi Produk.....	17
2.1.4. Minat Beli Ulang.....	17
2.1.4.1. Pengertian Minat Beli Ulang	17
2.1.4.2. Indikator Minat Beli Ulang	18
2.2. Penelitian Terdahulu.....	19
2.3. Kerangka Pemikiran.....	22
2.3.1. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli Ulang	22
2.3.2. Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Ulang.....	22
2.3.3. Pengaruh Variasi Produk terhadap Minat Beli Ulang.....	22
2.3.4. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> , Sertifikasi Halal, dan Variasi Produk terhadap Minat Beli ulang	22
2.4. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24

3.1. Jenis Penelitian.....	24
3.2. Sifat Penelitian	24
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian.....	24
3.3.1. Lokasi Penelitian	24
3.3.2. Periode Penelitian	25
3.4. Populasi dan Sampel	25
3.4.1. Populasi	25
3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel	25
3.4.3. Teknik <i>Sampling</i>	26
3.5. Sumber Data.....	27
3.6. Teknik Pengumpulan Data	28
3.7. Defenisi Operasional Variabel Penelitian	29
3.7.1. Variabel Independen (X).....	29
3.7.2. Variabel Dependen (Y).....	29
3.8. Metode Analisis Data	31
3.8.1. Analisis Deskriptif.....	31
3.8.2. Uji Kualitas Data	33
3.8.2.1. Uji Validitas Data	33
3.8.2.2. Uji Reliabilitas Data	33
3.8.3. Uji Asumsi Klasik.....	34
3.8.3.1. Uji Normalitas	34
3.8.3.2. Uji Multikolonieritas	34
3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas	34
3.8.4. Pengujian Pengaruh	35
3.8.4.1. Analisis Regrasi Linear Berganda	35
3.8.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	35
3.8.5.1. Uji T (Parsial)	36
3.8.5.2. Uji F (Simultan).....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.2. Deskriptif Karakteristik Responden.....	39
4.2.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	39
4.2.2. Profil Responden Berdasarkan Usia	39
4.2.3. Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	40
4.2.4. Profil Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan	41
4.2.5. Profil Responden Berdasarkan Agama	42
4.2.6. Profil Responden Berdasarkan Berapa Kali Mengonsumsi Mixue	43
4.3. Deskripsi Jawaban Reponden	43
4.3.1. Analisis Deskriptif.....	43
4.3.1.1. Deskripsi Variabel <i>Word of Mouth</i> (X_1).....	44
4.3.1.2. Deskripsi Variabel Sertifikasi Halal (X_2)	45
4.3.1.3. Deskripsi Variabel Variasi Produk (X_3)	46
4.3.1.4. Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang (Y)	47
4.3.2. Hasil Pengujian Kualitas Data	48
4.3.2.1. Hasil Pengujian Validitas.....	48
4.3.2.2. Uji Reliabilitas.....	49

4.3.3. Uji Asumsi Klasik.....	49
4.3.3.1. Uji Normalitas	49
4.3.3.2. Uji Multikolinieritas	51
4.3.3.3. Uji Heteroskedastisitas	52
4.3.4. Hasil Uji Pengaruh	53
4.3.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda	53
4.3.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	54
4.3.5. Hasil Uji Hipotesis	55
4.3.5.1. Uji T (Parsial)	55
4.3.5.2. Uji F (Simultan).....	56
4.4. Pembahasan.....	57
4.4.1. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	57
4.4.2. Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Ulang.	58
4.4.3. Pengaruh Variasi Produk terhadap Minat Beli Ulang.....	58
4.4.4. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> , Sertifikasi Halal, dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Ulang.....	58
4.5. Implikasi Hasil Penelitian	59
4.5.1. Implikasi Teoritis	59
4.5.2. Implikasi Praktis.....	59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	61
5.1. Simpulan	61
5.2. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Daftar Perusahaan F&B di Dunia.....	2
Gambar 1. 2 Keluhan Konsumen Terhadap Mixue	5
Gambar 1. 3 Sertifikasi Halal Mixue.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4. 1 Logo Mixue	38
Gambar 4. 2 Histogram Normalitas.....	50
Gambar 4. 3 Plot Normalitas	50
Gambar 4. 4 Hasil Uji Scatterplot	52

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Menu Mixue	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Periode Penelitian	25
Tabel 3.2 Skala Likert.....	28
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala	32
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	40
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir	41
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Agama	42
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Berapa Kali Membeli Mixue	43
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Word of Mouth.....	44
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Sertifikasi Halal.....	45
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Variasi Produk	46
Tabel 4. 10 Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang.....	47
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4. 13 Hasil uji Kolmogorov-Smirnov	51
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	53
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinan	54
Tabel 4. 17 Hasil Uji T (Parsial).....	55
Tabel 4. 18 Hasil Uji F (Simultan)	56

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3. 1 Rumus Slovin.....	26
Rumus 3. 2 Rentang Skala	32
Rumus 3. 3 Rumus Alpha	33
Rumus 3. 4 Regresi Linier Berganda	35
Rumus 3. 5 Uji F	37