

**PENGARUH VARIATION OF PRODUCT TERHADAP  
REPURCHASE INTENTION YANG DIMODERASI  
OLEH CUSTOMER BEHAVIOR DAN  
EXPERIENCE QUALITY**  
(Studi Kasus pada Konsumen Mie Instan Cup Pop Mie di Universitas Pelita  
Bangsa Kabupaten Bekasi)

SKRIPSI



OLEH:  
TRISYA NAMIRA AYUDIA  
112010715

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

**PENGARUH VARIATION OF PRODUCT TERHADAP  
REPURCHASE INTENTION YANG DIMODERASI  
OLEH CUSTOMER BEHAVIOR DAN  
EXPERIENCE QUALITY  
(Studi Kasus pada Konsumen Mie Instan Cup Pop Mie di Universitas Pelita  
Bangsa Kabupaten Bekasi)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

**SKRIPSI**



**OLEH:  
TRISYA NAMIRA AYUDIA  
112010715**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi:

Nama Mahasiswa : Trisya Namira Ayudia  
NIM : 112010715  
Judul Skripsi : Pengaruh Variation Of Product Terhadap Repurchase Intention Yang Dimoderasi Oleh Customer Behavior Dan Experience Quality (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Instan Cup Pop Mie Di Universitas Pelita Bangsa Kabupaten Bekasi)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 12 Juni 2024  
Pembimbing,



Dr. Hj. Surya Bintarti.,S.E.,M.M  
0423107203

SKRIPSI

***PENGARUH VARIATION OF PRODUCT TERHADAP REPURCHASE INTENTION YANG DIMODERASI OLEH CUSTOMER BEHAVIOR DAN EXPERIENCE QUALITY (Studi Kasus pada Konsumen Mie Instan Cup Pop Mie di Universitas Pelita Bangsa Kabupaten Bekasi)***

Dipersiapkan dan disusun oleh:  
Trisya Namira Ayudia  
112010715

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Sabtu, tanggal 20, bulan Juli, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji,  
Agustini Tanjung.,S.E.,M.M.,D.B.A  
NIDN: 0417087108

Tanda Tangan  


Anggota Penguji,  
Wachid Hasyim.,S.E.,M.M  
NIDN: 0411118901

Tanda Tangan  

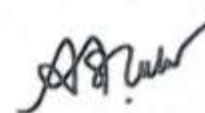

Mengetahui,

Ka.Prodi Manajemen



Yunita Ramadhani RDS,S.E.,M.Sc.  
NIDN: 0406068402

Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M  
NIDN: 0404046508

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Trisya Namira Ayudia
NIM	: 112010715
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir/Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Tugas Akhir/Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Tugas Akhir/Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 12 Juni 2024



Trisya Namira Ayudia

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah : 286)

“Barangsiapa yang bersungguh-sungguh, maka dia akan berhasil.”

(Pepatah Arab)

“Jangan takut gagal, tapi takutlah untuk tidak mencoba.”

(Roy T. Bennett)

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam tak lupa penulis curahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan cahaya dalam kehidupan di dunia ini, semoga syaafa'at Beliau selalu menyertai penulis, aamiin. Tugas Akhir/Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ayahanda Ari Wibisono, Ibunda Yuniar Prihatiningsih, Adikku Farah Shafa Ramadanti, beserta seluruh keluarga besar yang selalu mendukung penulis.
2. Dosen Pembimbing Ibu Dr. Hj. Surya Bintarti SE., MM. dan Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan pengetahuan serta teladan yang sangat berharga.
3. Diri sendiri yang telah berjuang dalam mengerjakan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi dengan judul “Pengaruh Variation Of Product Terhadap Repurchase Intention Yang Dimoderasi Oleh Customer Behavior Dan Experience Quality (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Instan Cup Pop Mie Di Universitas Pelita Bangsa Kabupaten Bekasi)”. Penyusunan Tugas Akhir/Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa (UPB).

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir/Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan serta kemudahan kepada penulis sehingga dapat menyusun skripsi ini dengan lancar.
2. Ibu Dr. Hj. Surya Bintarti SE., MM. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
3. Bapak Hamzah Muhammad M., SKM., M.M. selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
4. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc. dan Erina Rulianti, SIP., M.M. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat menulis Tugas Akhir/Skripsi Mahasiswa.
5. Preatmi Nurastuti., S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil terhadap penulis.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing,

mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi ini.

7. Orangtua penulis yang telah membesarkan, mendidik, mendoakan nenberi dukungan penuh, serta dukungan tak terhingga.
8. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas diskusi, saran dan semangat yang diberikan.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yangtelah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir/Skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik serta saran. Semoga tugas akhir/skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 12 Juni 2024

Penulis,

Trisya Namira Ayudia



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Repurchase Intention (Minat Beli Ulang).....	10
2.1.2 Pengertian Variation of Product (Variasi Produk).....	10
2.1.3 Pengertian Customer Behavior (Gaya Hidup).....	11
2.1.4 Pengertian Experience Quality (Kualitas Pengalaman) .....	12
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	13
2.3 Hipotesis dan Metode Penelitian.....	19
2.3.1 Hipotesis .....	19
2.3.2 Model Penelitian .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	29
3.1.1 Jenis Penelitian .....	29
3.1.2 Desain Penelitian .....	30
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
3.2.1 Definisi Operasional .....	31
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	33
3.3 Populasi dan Metode Pengumpulan Sampel.....	33
3.4 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4.1 Jenis dan Sumber Data.....	34
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	34

3.5 Metode Analisis Data .....	35
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	35
3.5.2 Analisis Statistik Inferensial.....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	43
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan Mie Instan Cup Pop Mie .....	43
4.1.2 Hasil Analisis Data .....	45
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	73
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Saran .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN SKRIPSI.....</b>	<b>82</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>171</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Celah Penelitian .....	4
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	31
Tabel 3.2 Kriteria Penilaian Evaluasi Inner Model .....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Penelitian .....	46
Tabel 4.2 Hasil Uji Deskriptif Variabel Repurchase Intention (Minat Beli Ulang) .....	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Variation of Product</i> (Variasi Produk) ..	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Deskriptif <i>Customer Behavior</i> (Gaya Hidup).....	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Deskriptif <i>Experience Quality</i> (Kualitas Pengalaman) .....	55
Tabel 4.6 Outer Loading Repurchase Intention .....	58
Tabel 4.7 Outer Loading Variation of Product .....	60
Tabel 4.8 Outer Loading Customer Behavior .....	62
Tabel 4.9 Outer Loading Experience Quality .....	63
Tabel 4.10 Cross Loading .....	66
Tabel 4.11 Average Variant Extracted .....	67
Tabel 4.12 Construct Reliability dan Validity .....	68
Tabel 4.13 Uji Evaluasi R-Square .....	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Path Coefficient.....	69
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis Path Coefficiene .....	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Moderasi .....	72

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Top Brand Mie Instan dalam Kemasan Cup .....	2
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	27
Gambar 3.1 Desain Penelitian .....	30
Gambar 4.1 Varian Produk Pop Mie .....	44
Gambar 4.2 Hasil Uji SEM-PLS .....	57
Gambar 4.3 Hasil dari Bootstrapping .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Top Brand Index Mie Instant Cup .....	83
Lampiran 2 : Tabel Perusahaan pengembang Mie Instan Cup.....	84
Lampiran 3 : Tabel Analisa Bauran Pemasaran 7P .....	85
Lampiran 4 : Mapping Jurnal .....	88
Lampiran 5 : Lembar Kuesioner.....	103
Lampiran 6 : Hasil Kuesioner 106 Responden.....	108
Lampiran 7 : Karakteristik Responden .....	163
Lampiran 8 : Nilai R-Moment.....	166
Lampiran 9 : Hasil Olah Data .....	167
Lampiran 10 : Hasil Turnitin.....	170

***The Influence Variation Of Product On Repurchase Intention Moderated  
By Customer Behavior And Experience Quality  
(Study of Consumer Instant Cup Noodle Pop Mie in Pelita Bangsa University  
Bekasi Regency)***

Trisya Namira Ayudia<sup>(1)</sup>  
Surya Bintarti<sup>(2)</sup>

**ABSTRACT**

*The global community is now making cup instant noodles a daily staple and it has become a culture for modern society. Cup instant noodles are a solution for people who want practical food, fast and easy to cook in all situations. Cup instant noodles are embedded as food consumed by people in the world. Based on data obtained from the Top Brand Awards Indonesia, Pop Mie excels by ranking first for five consecutive years (2018-2022). This is an interesting phenomenon to research. This study aims to examine the effect of product variation on repurchase intention moderated by lifestyle and quality of experience. The sampling method used is the non-probability sampling method, namely the purposive sampling method. The sample in this study were 106 consumers of Pop Mie Instant Cup Noodles in Pelita Bangsa University Bekasi Regency who are still in their productive age between 17 - 45 years. This study uses regression and correlation techniques with the help of SmartPLS 4.0 (Partial Least Square) software to test the validity and reliability of the instrument.*

*The results found from this study are 1) Variation of product offered by Pop Mie can determine the level of repurchase intention. 2) Variation of product moderated by customer behavior can determine the level of repurchase intention. 3) Variation of product moderated by experience quality can not determine the level of repurchase intention.*

*Keyword : variation of product, customer behavior, experience quality, repurchase intention*

- 1) Mahasiswa
- 2) Dosen Pembimbing

**PENGARUH VARIATION OF PRODUCT TERHADAP REPURCHASE  
INTENTION YANG DIMODERASI OLEH CUSTOMER  
BEHAVIOR DAN EXPERIENCE QUALITY  
(Studi Kasus pada Konsumen Mie Instan Cup Pop Mie di Universitas Pelita  
Bangsa Kabupaten Bekasi)**

Trisya Namira Ayudia<sup>(1)</sup>  
Surya Bintarti<sup>(2)</sup>

**ABSTRAK**

Masyarakat global kini menjadikan mie instan cup sebagai makanan yang dikonsumsi sehari-hari dan sudah menjadi budaya bagi masyarakat modern. Mie instan cup merupakan solusi untuk masyarakat yang menginginkan makanan praktis, cepat dan mudah dimasak dalam segala situasi. Mie instan cup sudah melekat sebagai makanan yang dikonsumsi masyarakat di dunia. Berdasarkan data yang diperoleh dari Top Brand Awards Indonesia, Pop Mie unggul dengan menempati urutan pertama selama lima tahun berturut-turut (2018-2022). Hal ini menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variasi produk terhadap minat beli ulang yang dimoderasi oleh gaya hidup dan kualitas pengalaman. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan metode non probability sampling yaitu dengan metode purposive sampling. Sampel dalam penelitian ini adalah 106 konsumen Mie Instan Cup Pop Mie di Universitas Pelita Bangsa Kabupaten Bekasi yang masih dalam usia produktif antara 17 – 45 tahun. Penelitian ini menggunakan teknik regresi dan korelasi dengan bantuan software SmartPLS 4.0 (*Partial Least Square*) untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen.

Hasil yang ditemukan dari penelitian ini adalah 1) *Variation of product* yang ditawarkan oleh Pop Mie dapat menentukan tingkat *repurchase intention*. 2) *Variation of product* yang dimoderasi oleh *customer behavior* dapat menentukan tingkat *repurchase intention*. 3) *Variation of product* yang dimoderasi oleh *experience quality* tidak dapat menentukan tingkat *repurchase intention*.

Kata Kunci : variasi produk, gaya hidup, kualitas pengalaman, minat beli ulang.