

**PENGARUH *PRICE PERCEPTION*, *BRAND IMAGE* MELALUI KEPUASAN
TERHADAP *REPURCHASE***

(Survei pada Konsumen Es Teh Indonesia Di Kota Padang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana pada Program Studi
S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan Oleh :

ANDRE SUTI ANGGARA

2010526036

Dosen Pembimbing :

Yanti SE. MM

NIP:196312291988032001

PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN INTAKE D3

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2024



No. Alumni Universitas

Andre Suti Anggara

No. Alumni Fakultas

a) Tempat/tgl lahir: Sungai Penuh / 18 Juli 1996 b) Nama Orang Tua: Horwindra
c) Fakultas: Ekonomi dan Bisnis d) Departemen: Manajemen e) NIM: 2010526036
f) Tanggal Lulus: 16 Januari 2024 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: 3,32
Lama Studi: 3 tahun 4 bulan. h) Alamat Orang Tua: Jl. Muradi Lorong Nangka Bakti ,
Koto Keras Kecamatan Pesisir Bukit Kota Sungai Penuh , Jambi

**Pengaruh Price Perception, Brand Image Melalui Kepuasan Terhadap Repurchase (Studi Pasa
Konsumen Es Teh Indonesia Di Kota Padang)**

*Skripsi oleh Andre Suti Anggara
Pembimbing: Dra. Yanti, SE., M.M.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh price perception, brand image melalui kepuasan terhadap repurchase pada produk Es Teh Indonesia di Kota Padang. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner kepada 75 esponden. Kuisioner diukur dengan menggunakan skala likert 1-5. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah purposive sampling dengan metode non probability sampling. Pengolahan data penelitian dilakukan dengan menggunakan program SmartPls versi 4 dan dibantu oleh microsoft excel untuk mengolah data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Price Perception berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan, Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan, Price Perception berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Reprurchase, Brand Image berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Reprurchase, Kepuasan berpengaruh positif dan namun tidak signifikan terhadap Reprurchase, Price Perception melalui Kepuasan berpengaruh positif terhadap Reprurchase, Brand Image melalui Kepuasan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reprurchase.

Kata kunci: Price Perception; Brand Image; Kepuasan, Repurchase.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 16 Januari 2024.

Abstrak telah disetujui oleh:

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama terang	Dra. Yanti, S.E., M.M.	Dr. Vera Pujani, S.E., M.M.	Agriquthi, S.E., M.M.

Mengetahui,

Ketua Departemen Manajemen



Hendra Lukito, S.E., M.M., Ph.D
NIP. 197106242006041007

Alumnus telah mendaftar ke fakultas/universitas dan mendapat nomor alumnus:

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas	Nama	Tanda Tangan