

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI
ULANG MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN *SNACK*
TI-VARIO *OUTLET* AGUNG SARI UTAMA**

SKRIPSI



**Oleh
Fakhrizal Agustian Sofyan
NPM: 41185009210005**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM 45
BEKASI
2026**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fakhrizal Agustian Sofyan
NPM : 41185009210005
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian

Dengan ini saya menyatakan bahwa penelitian yang berjudul "**Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Ulang melalui Keputusan Pembelian *Snack* Ti-Vario Outlet Agung Sari Utama**" adalah hasil karya penulis sendiri dengan arahan dosen pembimbing dan belum pernah diajukan sebagai karya tulis ilmiah pada perguruan tinggi atau lembaga manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya orang lain yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Bekasi, Mei 2026
Yang membuat pernyataan



Fakhrizal Agustian Sofyan

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan pada tanggal 23 Agustus 2003 di Kota Bekasi Jawa Barat. Anak ketiga dari tiga bersaudara pasangan Bapak Iwan Sofyan dan Ibu Yanti Damayanti. Penulis menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar (SD) Negeri Jatiasih 8 Kecamatan Jatiasih Kota Bekasi tahun 2015 kemudian lulus dari Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 8 Kota Bekasi pada tahun 2018 dan lulus dari Sekolah Menengah Atas (SMA) Utama Kota Bekasi, Jurusan Ilmu Pengetahuan Alam (IPA) pada tahun 2021. Sejak tahun 2021 penulis terdaftar sebagai mahasiswa aktif pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi.

Selama masa kuliah, penulis aktif di kegiatan kemahasiswaan sebagai Ketua Umum Senat Mahasiswa (SEMA) Fakultas Pertanian UNISMA Bekasi pada periode 2023-2024 dan 2024-2025. Penulis juga mengikuti Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Bola Voli sebagai wakil ketua pada periode tahun 2022-2023 dan 2023-2024. Penulis pernah melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Bimandiri Agro Sedaya Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat serta Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Karangindah Kecamatan Bojongmangu, Kabupaten Bekasi pada tahun 2024.

Penulis juga memiliki capaian prestasi di bidang nonakademik. Pada tahun 2022, penulis berhasil meraih Juara 1 Bola Voli Putra dalam ajang Pesta Olahraga Antar Mahasiswa Perguruan Tinggi Seluruh Indonesia yang diselenggarakan dalam rangka Dies Natalis Universitas Negeri Jakarta (UNJ) ke-58. Selain itu, pada tahun 2024 penulis terpilih sebagai finalis dalam Kompetisi Video Kreatif pada kegiatan Kompetisi Nasional Mahasiswa 4C *National Competition* yang diselenggarakan oleh Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya.

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN *SNACK* TI-VARIO *OUTLET* AGUNG SARI UTAMA

Factors Influencing Purchase Intention Through the Purchase Decision of Ti-Vario Snacks at the Agung Sari Utama Outlet

Fakhrizal Agustian Sofyan¹, Ahya Kamilah² dan Esi Asyani Listyowati³

¹Mahasiswa Pembuat Skripsi, ²Pembimbing Pertama, ³Pembimbing Kedua
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi
Jl. Cut Mutia No 83 Bekasi 117113

ABSTRACT

CV Agung Sari Utama is one of the largest local snack food manufacturers in Bekasi City that continues to grow and strive to maintain its existence amid increasingly competitive market competition. This study aims to analyze (1) the effect of taste, product variety, and price on the purchase decision of Ti-Vario snacks at Agung Sari Utama outlets in Bekasi City; (2) the effect of taste, product variety, and price on the repurchase intention of Ti-Vario snacks; (3) the effect of purchasing decisions on the repurchase intention of Ti-Vario snacks, and (4) the effect of purchasing decisions as an intervening variable on taste, product variety, and price on the repurchase intention of Ti-Vario snacks. This study used a quantitative survey method, with 215 respondents filling out questionnaires and interviews, as well as CB-SEM with software AMOS version 22 as a research analysis tool. The results show that taste, product variety, and price have a positive and significant effect on purchasing decisions and repurchase intention. Purchasing decisions also have a positive and significant effect on repurchase intention and can mediate the influence of taste, product variety, and price.

Keywords: taste, product variety, price, purchase decision, repurchase interest

ABSTRAK

CV Agung Sari Utama merupakan salah satu pelaku industri makanan ringan lokal terbesar di Kota Bekasi yang terus berkembang dan berupaya mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) pengaruh cita rasa, variasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian *snack* Ti-Vario pada *outlet* Agung Sari Utama Kota Bekasi; (2) pengaruh cita rasa, variasi produk dan harga terhadap minat beli ulang *snack* Ti-Vario; (3) pengaruh keputusan pembelian terhadap minat beli ulang *snack* Ti-Vario; dan (4) pengaruh keputusan pembelian sebagai variabel *intervening* pada cita rasa, variasi produk, dan harga terhadap minat beli ulang *snack* Ti-Vario. Penelitian ini menggunakan metode survei kuantitatif, 215 responden mengisi kuesioner dan wawancara serta CB-SEM dengan *software* AMOS versi 22 sebagai alat analisis penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cita rasa, variasi produk, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta minat beli ulang. Keputusan pembelian juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang dan mampu memediasi pengaruh cita rasa, variasi produk, dan harga.

Kata Kunci: *cita rasa, variasi produk, harga, keputusan pembelian, minat beli ulang*

RINGKASAN

Fakhrizal Agustian Sofyan. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Ulang melalui Keputusan Pembelian *Snack* Ti-Vario *Outlet* Agung Sari Utama. Dibawah bimbingan **Ahya Kamilah, Ir., M.Si.** dan **Esi Asyani Listyowati, S.P., M.Sc.**

Industri makanan ringan di Kota Bekasi menunjukkan perkembangan yang signifikan seiring meningkatnya perubahan gaya hidup dan preferensi konsumsi masyarakat perkotaan. Dalam kondisi persaingan yang semakin kompetitif, pelaku usaha dituntut memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen, khususnya terkait minat beli ulang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) pengaruh cita rasa, variasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian *snack* Ti-Vario pada *outlet* Agung Sari Utama Kota Bekasi; (2) pengaruh cita rasa, variasi produk dan harga terhadap minat beli ulang *snack* Ti-Vario; (3) pengaruh keputusan pembelian terhadap minat beli ulang *snack* Ti-Vario; dan (4) pengaruh keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada cita rasa, variasi produk, dan harga terhadap minat beli ulang *snack* Ti-Vario.

Penelitian ini menggunakan metode survei kuantitatif menggunakan kuesioner dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* dengan jumlah responden sebanyak 215 orang dengan kriteria telah melakukan pembelian produk minimal tiga kali dan minimal usia 17 tahun. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Covariance Based – Structural Equation Modeling* (CB-SEM) yang dibantu oleh *software* AMOS versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa cita rasa, variasi produk, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta minat beli ulang. Keputusan pembelian juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang dan mampu memediasi pengaruh cita rasa, variasi produk, dan harga. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas rasa, keberagaman produk, serta penetapan harga yang sesuai persepsi nilai konsumen dapat memperkuat keputusan pembelian dan mendorong minat beli ulang.

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI
ULANG MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN *SNACK*
TI-VARIO *OUTLET* AGUNG SARI UTAMA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi
Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian**



**Oleh
Fakhrizal Agustian Sofyan
NPM: 41185009210005**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM 45
BEKASI
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

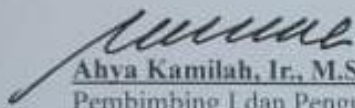
Judul : Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Ulang melalui Keputusan Pembelian *Snack Ti-Vario Outlet* Agung Sari Utama.
Nama : Fakhrizal Agustian Sofyan
NPM : 41185009210005
Program Studi : Agribisnis

Telah Diuji dalam Sidang Komperehensif
Pada Tanggal 13 Mei 2026


Menyetujui dan Mengesahkan

Pembimbing,


Penguji,


Ahya Kamilah, Ir., M.Si.
Pembimbing I dan Penguji


Prof. Dr. Nana Danapriatna, Ir., M.P.
Penguji I


Esi Asyani Listyowati, S.P., M.Sc.
Pembimbing II dan Penguji


Ismarani, S.Si., M.Si.
Penguji II

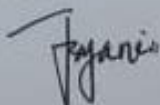

M. Ikhwan Rahmanto, S.TP., M.Si.
Penguji III

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian


Ahya Kamilah, Ir., M.Si.

Ketua Program Studi
Agribisnis,


Esi Asyani Listyowati, S.P., M.Sc.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Ulang melalui Keputusan Pembelian *Snack* Ti-Vario *Outlet* Agung Sari Utama” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam 45 Bekasi.

Skripsi ini disusun sebagai bentuk perencanaan penelitian yang diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran terkait minat beli ulang pada industri makanan ringan. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan, baik dari segi penyusunan teori maupun metodologi penelitian. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan, kritik, dan saran yang konstruktif dari dosen pembimbing maupun pihak lain yang berkompeten guna penyempurnaan penelitian ini.

Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada

1. Ibu Ahya Kamilah, Ir., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi pertama atas segala bimbingan, arahan serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik,
2. Ibu Esi Asyani Listyowati, S.P., M.Sc., selaku dosen pembimbing skripsi kedua atas segala bimbingan, arahan serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik,
3. Bapak Ridwan Lutfiadi, Ir., M.T., selaku pembimbing akademik angkatan tahun 2021,
4. Bapak/Ibu dosen dan staf tata usaha Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam 45 Bekasi, atas segala ilmu dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis selama masa studi,
5. Pihak manajemen CV Agung Sari Utama Kota Bekasi yang bersedia menjadi objek penelitian dan memberikan data yang dibutuhkan untuk penelitian ini,

6. Kedua orang tua penulis, ayah Iwan Sofyan dan ibu Yanti Damayanti, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasihat, serta atas kesabaran sangat luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup penulis,
7. Teman seperjuangan yaitu Cika dan Farhah yang selalu mendukung selama proses penyusunan skripsi ini,
8. Mas Gusti dan Bang Raymond selaku senior di gym yang selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis, dan
9. Windah Basudara selaku youtuber *gaming* yang selalu menemani penulis di sela-sela waktu santai selama proses penulisan skripsi.

Akhir kata, Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang positif bagi semua pihak yang berkepentingan.

Bekasi, Mei 2026

Fakhrizal Agustian Sofyan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	iii
RIWAYAT HIDUP	v
ABSTRAK	vii
RINGKASAN	ix
LEMBAR PENGESAHAN	xiii
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Sistem Agribisnis.....	9
2.2 Snack	11
2.3 Cita Rasa.....	11
2.3.1 Tujuan Cita Rasa	11
2.3.2 Indikator Cita Rasa.....	12
2.4 Variasi Produk	12
2.4.1 Tujuan Variasi Produk	13
2.4.2 Indikator Variasi Produk.....	13
2.5 Harga	14
2.5.1 Peranan Harga	15
2.5.2 Penetapan Harga.....	15
2.5.3 Daya Saing Harga.....	15
2.6 Minat Beli Ulang	16
2.6.1 Tujuan Minat Beli Ulang.....	17
2.6.2 Indikator Minat Beli Ulang	17
2.7 Keputusan Pembelian	17

2.7.1 Dimensi-Dimensi Keputusan Pembelian.....	18
2.7.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	19
2.7.3 Tahapan Keputusan Pembelian.....	20
2.8 Penelitian Terdahulu	22
2.9 Kerangka Pemikiran	23
2.10 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Metode Penelitian	25
3.2 Objek dan Lokasi Penelitian	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	25
3.4 Data dan Sumber Data	26
3.5 Operasional Variabel.....	27
3.5.1 Variabel Eksogen atau Bebas (X)	27
3.5.2 Variabel Endogen atau Terikat (Y)	28
3.5.3 Variabel <i>Intervening</i> atau Mediasi (Z).....	28
3.6 Analisis Data	29
3.6.1 Analisis Deskriptif	29
3.6.2 Skala Likert.....	29
3.7 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	30
3.7.1 Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>)	31
3.7.2 Model Struktural (<i>Structural Model</i>).....	31
3.8 Uji Kecocokan Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>)	31
3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	32
3.8.2 Uji Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit/GOF</i>)	33
3.8.3 Uji Normalitas Multivariat	35
3.9 Uji Kecocokan Model Struktural (<i>Structural Model</i>).....	35
3.9.1 Uji Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	36
3.9.2 <i>Sobel Test</i> (Pengujian Mediasi).....	36
3.10 Jadwal Penelitian	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum.....	39
4.1.1 Profil CV Agung Sari Utama	39
4.1.2 Struktur Organisasi	40
4.2 Karakteristik Responden.....	42

4.2.1	Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	42
4.2.2	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.2.3	Karakteristik Responden berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	44
4.2.4	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan	44
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	45
4.3	Pengujian Model Pengukuran Validitas dan Reliabilitas (<i>Measurement Model Test</i>)	46
4.3.1	Pengujian Nilai <i>Standardized Loading Factor</i> (SLF)	47
4.3.2	Pengujian Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) dan <i>Construct Reliability</i> (CR)	48
4.3.3	Pengujian Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>)	49
4.3.4	Uji Normalitas Multivariat	50
4.4	Pengujian Model Struktural (<i>Structural Model Test</i>)	51
4.4.1	Uji Hipotesis.....	51
4.4.2	Uji Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>).....	52
4.4.3	Uji Hipotesis Mediasi dengan Uji Sobel.....	53
4.5	Rekapitulasi Kuesioner.....	54
4.5.1	Pengaruh Langsung Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Ulang	56
4.5.2	Pengaruh Langsung Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian	58
4.5.3	Pengaruh Tidak Langsung Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Ulang melalui Keputusan Pembelian	59
4.5.4	Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Minat Beli Ulang	60
4.6	Implikasi Manajerial.....	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		63
5.1	Simpulan.....	63
5.2	Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA		65

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Rata-rata Konsumsi per Kapita seminggu menurut Kelompok Makanan Jadi di Kota Bekasi (ons/Kapita/Minggu).....	2
Tabel 2	Rata-rata Pengeluaran per Kapita seminggu menurut Kelompok Makanan Jadi di Kota Bekasi (rupiah/Kapita/Minggu).	3
Tabel 3	Produk Terlaris <i>Snack</i> Ti-Vario bulan Desember 2025.....	5
Tabel 4	Produk Terlaris <i>Snack</i> Ti-Vario bulan Januari 2026.....	5
Tabel 5	Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 6	Operasional Variabel Eksogen/Bebas (X).....	27
Tabel 7	Operasional Variabel Endogen/Terikat (Y).....	28
Tabel 8	Operasional Variabel <i>Intervening</i> /Mediasi (Z)	28
Tabel 9	Skala Likert.....	29
Tabel 10	Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	35
Tabel 11	Jadwal Penelitian	37
Tabel 12	Jumlah Responden berdasarkan Usia dan Presentase.....	43
Tabel 13	Jumlah Responden berdasarkan Jenis Kelamin dan Presentase	43
Tabel 14	Jumlah Responden berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	44
Tabel 15	Jumlah Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan dan Presentase	45
Tabel 16	Jumlah Responden berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Presentase....	46
Tabel 17	Pengujian Validitas berdasarkan <i>Standardized Loading Factor</i> (SLF)..	47
Tabel 18	Pengujian Validitas berdasarkan <i>Average Variance Extracted</i> (AVE); Reliabilitas berdasarkan <i>Construct Reliability</i> (CR).....	49
Tabel 19	Uji Kecocokan Model secara Keseluruhan.....	50
Tabel 20	Pengujian Hipotesis	51
Tabel 21	Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>).....	52
Tabel 22	Uji Hipotesis Mediasi dengan Uji Sobel.....	53
Tabel 23	Tabulasi Hasil Kuesioner	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Sistem Agribisnis.....	9
Gambar 2 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 3 Struktur Organisasi CV Agung Sari Utama	40
Gambar 4 Hasil <i>Outer</i> Uji Kecocokan Model.....	49

35% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Exclusions

▶ 15 Excluded Sources

Top Sources

- 31% Internet sources
- 22% Publications
- 18% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

- 31% Internet sources
- 22% Publications
- 18% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	media.neliti.com	<1%
2	Internet	journal.universitaspahlawan.ac.id	<1%
3	Internet	docplayer.info	<1%
4	Publication	S F Sihotang, R Ramadhani. "Analisis Kemampuan Penggunaan Teknologi Inform...	<1%
5	Internet	dspace.uii.ac.id	<1%
6	Internet	id.123dok.com	<1%
7	Internet	eprints.upj.ac.id	<1%
8	Internet	repository.unissula.ac.id	<1%