ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERULANG DI SHANS JUICE

ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES IN REPEAT PURCHASE DECISIONS AT SHANS JUICE

Muhamad Aditia Dabusi
NIM. 22416261201382

TUGAS AKHIR
Non Skripsi

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG
TAHUN 2026

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERULANG DI SHANS JUICE

ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES IN REPEAT PURCHASE DECISIONS AT SHANS JUICE

Muhamad Aditia Dabusi
NIM. 22416261201382

TUGAS AKHIR
Non Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG
TAHUN 2026

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutif maupun yang dirujuk telah nyatakan dengan benar

Nama : Muhamad Aditia Dabusi

NIM : 22416261201382

Tanda Tangan : 

Tanggal : 27 – 04 - 2026

KARAWANG

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Disusun Oleh :

Nama	: Muhamad Aditia Dabusi
NIM	: 22416261201382
Judul	: Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Di Shans Juice

Menyetujui,

Pembimbing Utama,	Pembimbing Pendamping,
Dr. H. Puji Isyanto S.E., M.M.	Dr. Hj. Neni Sumarni, S.E., M.M.
NIDN. 0407097502	NIDN. 0402107806

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Buana Perjuangan Karawang
Ketua Program Studi

Dr. H. Suroso S.E., M.M.
NIDN. 0402107707

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama	:	Muhamad Aditia Dabusi
NIM	:	22416261201382
Program Studi	:	Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Di Shans Juice

DEWAN PENGUJI TUGAS AKHIR

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1. Penguji 1: Dr. H. Puji Isyanto S.E., M.M.	.....	02-05-2026
2. Penguji 2: Syifa Pramudita Faddila, S.ST., M.KM., M.M.	.....	30-4-2026

Karawang, 27 April 2026

Mengetahui,

Dekan,	Ketua Program Studi,
Dr. Citra Savitri, S.E., M.M.	Dr. H. Suroso, S.E., M.M.
NIDN. 0214088301	NIDN. 0402107707

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	Muhamad Aditia Dabusi
NIM	:	22416261201382
Program Studi	:	Manajemen
Tahun Akademik	:	2025 / 2026

Menyatakan bahwa tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan Tugas Akhir saya yang berjudul :

" Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Di Shans Juice"

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Karawang, 27 April 2026



Muhamad Aditia Dabusi

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Buana Perjuangan Karawang, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Muhamad Adita Dabusi
NIM	:	22416261201382
Program Studi	:	Manajemen
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya	:	Tugas Akhir

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Buana Perjuangan Karawang **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

" Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Di Shans Juice"

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Buana Perjuangan Karawang berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Karawang
Pada tanggal : 27 April 2026

Yang menyatakan,



Muhamad Aditia Dabusi

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT beserta junjungan Nabi Muhammad SAW, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang.

Pada kesempatan ini, penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada Bapak Dr. H. Puji Isyanto, S.E., M.M. selaku pembimbing utama dan Ibu Dr. Hj. Neni Sumarni S.E., M.M. selaku pembimbing pendamping yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan selama ini serta motivasi kepada penulis yang kemudian membuka cakrawala berpikir penulis.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Yanti Tayo, S.Psi., M.I.Kom. selaku Ketua Yayasan Buana Pangkal Perjuangan Karawang.
2. Assoc. Prof. Dr. H. Budi Rismayadi, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Buana Perjuangan Karawang.
3. Dr. Citra Savitri, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang.
4. Dr. H. Suroso, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
5. Pihak Shans Juice Karawang yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan.
6. Kepada seluruh Dosen dan Staf serta pihak-pihak lainnya yang membantu penulisan Tugas Akhir, penulis ucapkan banyak terima kasih.

7. Kepada para teman dan sahabat mahasiswa yang telah memberikan motivasi dan kerjasama yang baik sehingga penulisan Tugas Akhir ini dapat berjalan dengan lancar dan sesuai yang diharapkan.
8. Terakhir kepada Bapak dan Ibu, Keluarga, merupakan bagian kebahagiaan tersendiri yang telah banyak mendorong semangat dan motivasi kepada penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan pada waktunya.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Karawang, 28 April 2026



Muhamad Adita Dabusi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh preferensi konsumen yang meliputi kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan atmosfer toko terhadap keputusan pembelian berulang pada Shans Juice Karawang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain explanatory research. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara accidental sampling terhadap konsumen yang pernah melakukan pembelian lebih dari satu kali. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan metode SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel preferensi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian berulang. Kualitas pelayanan menjadi faktor yang paling dominan dalam mendorong pembelian ulang, diikuti oleh kualitas produk, atmosfer toko, dan harga sebagai faktor dengan pengaruh relatif paling kecil. Secara simultan, keempat variabel mampu menjelaskan keputusan pembelian berulang secara kuat. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian berulang dipengaruhi oleh pengalaman konsumsi yang bersifat holistik, mencakup aspek fungsional dan emosional yang dirasakan konsumen. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang efektif perlu mengintegrasikan seluruh dimensi preferensi konsumen untuk meningkatkan loyalitas pelanggan serta menjaga kestabilan penjualan. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi manajemen dalam merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan berbasis pengalaman konsumen.

Kata Kunci: preferensi konsumen, pembelian berulang, kualitas pelayanan, minuman kekinian

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of consumer preferences including product quality, price, service quality, and store atmosphere on repeat purchase decisions at Shans Juice Karawang. The study employs a quantitative approach with an explanatory research design. Sampling was conducted using accidental sampling of consumers who had made more than one purchase. Data were collected via a questionnaire using a Likert scale and analyzed using the SEM-PLS method. The results indicate that all consumer preference variables have a positive and significant influence on repeat purchase decisions. Service quality is the most dominant factor in driving repeat purchases, followed by product quality, store atmosphere, and price as the factor with the relatively smallest influence. Collectively, the four variables strongly explain repeat purchase decisions. These findings indicate that repeat purchase decisions are influenced by a holistic consumption experience, encompassing both the functional and emotional aspects perceived by consumers. Therefore, effective marketing strategies need to integrate all dimensions of consumer preferences to enhance customer loyalty and maintain sales stability. This study provides practical implications for management in designing more targeted marketing strategies based on the consumer experience.

Keywords: consumer preferences, repeat purchases, service quality, contemporary beverages.