

**MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PEMBELIAN ULANG:
ANALISIS PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
(Studi Pada Konsumen di Burger King Karang Satria)**

SKRIPSI

Oleh:

Maulina Br Marbun

201810325419



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Model Keputusan Pembelian dan Pembelian
Ulang; Analisis Promosi dan Kualitas
Pelayanan (Studi Pada Konsumen di Burger
King Karang Satria)

Nama Mahasiswa : Maulina Br Marbun

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325419

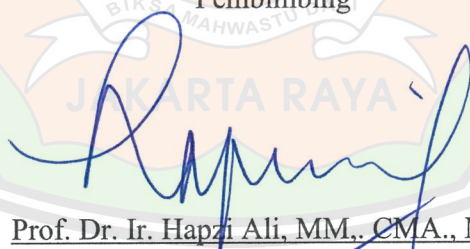
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2022

Jakarta, 19 Juli 2022

MENYETUJUI,

Pembimbing


Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM

NIDN : 0012016601

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Model Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang; Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan (Studi Pada Konsumen di Burger King Karang Satria)

Nama Mahasiswa : Maulina Br Marbun

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325419

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2022

Jakarta, 19 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA

NIDN 0309048102

Penguji I : Fransiscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., MM

NIDN 0329017202

Penguji II : Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM

NIDN 0012016601

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Hadita, S.Pd., MM
NIDN. 0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Model Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang; Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan (Studi Pada Konsumen di Burger King Karang Satria).

Ini merupakan benar-benar hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 21 Juni 2022

Yang membuat Pernyataan,



Maulina Br Marbun

201810325419

ABSTRAK

Penelitian ini digunakan untuk menganalisis Model keputusan pembelian dan pembelian ulang: Analisis promosi dan kualitas pelayanan pada konsumen di Burger King Karang Satria. Populasi dari penelitian ini adalah pengunjung Burger King karang satria. Penelitian ini dilakukan dengan teknik sampel *Accidental sampling*. Adapun jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini adalah 216 responden. Teknik analisis data dilakukan dengan *structural equation model* (SEM) dengan alat bantu SmartPLS versi 3.0.

Berdasarkan hasil penelitian ini menjelaskan bahwa: 1 Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; 2 Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian; 3 Promosi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Pembelian Ulang; 4 Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Ulang; 5 Keputusan Pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Ulang; 6 Keputusan Pembelian terbukti memediasi promosi terhadap Pembelian ulang; 7 Keputusan pembelian terbukti memediasi kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang

Kata Kunci: *Pembelian Ulang, Keputusan Pembelian, Promosi dan Kualitas Pelayanan*

ABSTRACT

This study is used to analyze the model of purchase decision capital and repurchase promotion analysis and service quality to Burger King Karang Satria consumer. The population of this study are visitors at Burger King Karang Satria. This research was conducted by using accidental sampling technique. The amount of data used in this study were 216 respondents, the data analysis technique was carried out using a structural equation model (SEM) with SmartPLS version 3.0.

Based on the results of this study, it is explained that: 1 Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions; 2 Quality of service has a positive and significant effect on purchasing decisions; 3 Promotion has no and no significant effect on repurchase; 4 Service quality has a positive and significant effect on repurchase; 5 Purchase decision has a positive and significant effect on repurchase; 6 Purchase decisions are proven to mediate promotions against repeat purchases; 7 Purchase decisions are proven to mediate service quality to repurchase.

Keyword : Repurchase, Purchase decision, Promotion and Service quality



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, hidayah, dan Rahmat-nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan judul " Model Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang; Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan (Studi Pada Konsumen di Burger King Karang Satria)" dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini tidak akan mungkin selesai tanpa adanya pemberian dukungan, bimbingan, bantuan, serta do'a dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Oleh itu, dengan kesempatan yang diberikan ini, penulis mengucapkan banyak kata terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat serta nikmat-Nya untuk melaksanakan tanggung jawab dan menjadikan ibadah serta do'a dan harapan bagi kita semua.
2. Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Istianingsih, S.E.,M.S.Ak Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M. Selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Ibu Dr. Hj. Beti Nurbaiti, STP, ME. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa membantu bimbingan dalam masa perkuliahan
6. Bapak Prof. Dr. Hapzi Ali, Ir, CMA, MM, MPM Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta membantu mengarahkan dari awal pembuatan Tugas Akhir/Skripsi.
7. Orang tua beserta Keluarga, khususnya kepada Mamah, Papah, yang senantiasa selalu memberikan dukungan, do'a dan izin secara material maupun moral demi terselesaikannya Tugas Akhir/ Skripsi.
8. Kedua kakak saya Roy dan Rindu serta kedua adik saya Martin dan Juni yang selalu memberikan dukungan baik dalam doa, motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.

9. Seluruh sekretariat, Staff, dan Struktural Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang membantu penulis dalam proses administrasi terkait Tugas Akhir/Skripsi.
10. Teman-teman dan Sahabat khususnya Mia, Wulan, Tya, Sinta, Yusti, Meila, Mila, Devi dan Niwayan yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
11. Teman-Teman satu bimbingan, Ayu Bunga dan Ayu Paramita yang telah banyak membantu dan memotivasi peneliti dalam penyusunan Skripsi ini.
12. Responden yang sudah bersedia meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner untuk pengumpulan data dan pihak-pihak yang terlibat baik langsung maupun tidak langsung dimana peneliti tidak dapat menyebut nama seluruhnya.

Penulis menyadari bahwa di dalam skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap adanya kritik dan saran demi perbaikan Skripsi yang telah di buat

Jakarta, 21 Juli 2022

Penulis



Maulina Br Marbun

201810325419

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan Permasalahan	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Batasan Masalah	8
1.7 Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Pembelian Ulang	10
2.1.1 Pengertian Pembelian Ulang	10
2.2.1 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pembelian Ulang	11
2.2.2 Indikator Pembelian Ulang	11
2.2 Keputusan Pembelian	12
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	12
2.2.2 Indiktor Keputusan Pembelian	13
2.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	13
2.3 Promosi	14

2.3.1	Pengertian Promosi	14
2.3.2	Tujuan Promosi	15
2.3.3	Indikator Promosi.....	15
2.4	Kualitas Pelayanan	16
2.4.2	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	16
2.4.3	Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan	17
2.4.4	Indikator yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	17
2.2.3	Tujuan Kualitas Pelayanan.....	17
2.5	Penelitian Terdahulu.....	18
2.6	Pengaruh Antar Variabel	21
2.7	Kerangka Pemikiran	24
2.8	Hipotesis Penelitian.....	25
BAB II	METODE PENELITIAN	26
3.1	Desain Penelitian	26
3.2	Tahapan Penelitian	26
3.3	Model Konseptual Penelitian	27
3.4	Objek dan Waktu Penelitian.....	29
3.4.1	Objek Penelitian.....	29
3.4.2	Waktu Penelitian	29
3.5	Definisi Operasional Variabel Penelitian	29
3.6	Metode Populasi dan Sampel	31
3.6.1	Populasi	31
3.6.2	Sampel.....	31
3.7	Metode Pengumpulan Data	32
3.7.1	Jenis Data	32
3.7.2	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.7.3	Skala Pengukuran.....	33
3.8	Metode Analisis.....	34
3.8.1	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	34
3.8.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	36

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Subyek Penelitian	38
4.1.1 Sejarah Burger King.....	38
4.1.2 Visi dan Misi Burger King.....	38
4.1.3 Logo Burger King	39
4.2 Karakteristik Responden	39
4.3 Hasil Analisis Data	40
4.3.1 Skema Partial Least Square.....	40
4.3.2 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	41
4.3.3 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	46
4.3.4 Pengujian Hipotesis.....	50
4.4 Pembahasan	52
BAB V PENUTUP.....	59
5.1 KESIMPULAN	59
5.2 Implikasi Manajerial	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Data penjualan Burger King di Karang Satria	5
Table 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Table 3. 1 Operasional Variabel Penelitian.....	30
Table 3. 2 Nilai Kriteria Jawaban Skala Likert.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia	40
Tabel 4. 3 Hasil Outer Model (<i>Loading Factor</i>).....	42
Tabel 4. 4 Hasil <i>Outer Loading</i> Tahap 2	43
Tabel 4.5 Hasil <i>Average Variance (AVE)</i>	44
Tabel 4. 6 Hasil <i>Cross Loading</i>	44
Tabel 4. 7 Hasil <i>Composite Reliability & Cronbach Alpha</i>	45
Tabel 4. 8 Hasil <i>R-Square</i>	46
Tabel 4. 9 Hasil <i>Q square Predictive Relevance</i>	47
Tabel 4. 10 Hasil Uji Hipotesis	48
Tabel 4. 11 Hasil Mediasi (<i>Specific Indirect Effect</i>)	49
Tabel 4. 12 Tabel Rekap Pembahasan Pengaruh Langsung	57
Tabel 4. 13 Rekap Pembahasan Pengaruh Langsung Tidak Langsung	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top 10 Brand <i>fast food</i> populer di indonesia	2
Gambar 1. 2 Pra Survey Minat Responden terhadap Burger King Karang Satria.....	3
Gambar 2. 1 Faktor-faktor Pembelian Ulang.....	11
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 3. 1 Model Konseptual	28
Gambar 4. 1 Logo Burger King	39
Gambar 4. 2 Outer Model	41
Gambar 4. 3 Inner Model.....	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Persetujuan Pembimbing
Lampiran 2	Lembar Pengesahan
Lampiran 3	Lembar Pernyataan
Lampiran 4	Uji Plagiarisme Skripsi
Lampiran 5	Uji Referensi Skripsi
Lampiran 6	Buku Bimbingan
Lampiran 7	Kuesioner Google Form
Lampiran 8	Tabulasi Data Responden
Lampiran 9	Hasil Uji SmartPLS
Lampiran 10	Daftar Riwayat Hidup

