

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERULANG
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK
MIXUE ICE CREAM & TEA
DI JALAN PLATINA**

SKRIPSI



Oleh :

**ANITA DANIEL LUMBAN GAOL
NIM. 207110753**

**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MIKROSKIL

MEDAN

2024

**THE INFLUENCE OF PROMOTIONS, SERVICE QUALITY AND PRICES ON
REPURCHASE DECISIONS WITH CUSTOMER SATISFACTION AS
INTERVENING VARIABLES
IN PRODUCTS MIXUE ICE CREAM & TEA ON PLATINA STREET**

FINAL RESEARCH

By:

**ANITA DANIEL LUMBAN GAOL
STUDENT NUMBER: 207110753**



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

UNDERGRADUATE PROGRAM OF MANAGEMENT

SCHOOL OF BUSINESS

UNIVERSITAS MIKROSKIL

MEDAN

2024

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERULANG
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK
MIXUE ICE CREAM & TEA
DI JALAN PLATINA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh:

ANITA DANIEL LUMBAN GAOL

NIM 207110852

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I,



William S.Kom., M.M.

Dosen Pembimbing II,



Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E., M.Si.

Medan, 19 Juli 2024

Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

Suci Pertiwi, S.E., M.Si

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

NIM : 207110753
Nama : Anita Daniel Lumban Gaol

Saya telah melaksanakan Penelitian Dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Mixue Ice Cream & Tea Di Jalan Platina
Tempat Penelitian : Mixue Ice Cream & Tea di Jalan Platina Kota Medan
Alamat Penelitian : Jln. Platina Raya Blok B No. 1 E, Titi Papan, Kec. Medan Deli, Kota Medan, Sumatera Utara
No. Telp : -

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya. Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.** Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data(database), merawat, dan mempublikasikna Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format cetak dan/atau elektronik, selama tetap mencatumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hal eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku. Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan 19 Juli 2024

Saya yang membuat pernyataan.



Anita Daniel Lumban Gaol

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan variabel promosi, harga, kualitas pelayanan, keputusan pembelian berulang, kepuasan konsumen, dan menganalisis pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian berulang mixue ice cream & tea di jalan platina kota medan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik penyebaran kuesioner *online* menggunakan *purposive parsial*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 konsumen yang pernah membeli dan mengkonsumsi mixue ice cream & tea. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian berulang tetapi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian berulang dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel harga, berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Promosi, Harga, Kualitas_Pelayanan, Keputusan_Pembelian_Berulang, dan Kepuasan_Pelanggan.*



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This research aims to describe the variables of promotion, price, service quality, repeat purchase decisions, consumer satisfaction, and analyze the influence of promotion, price and service quality on repeat purchase decisions of mixue ice cream & tea on Jalan Platina Medan City with customer satisfaction as an intervening variable. The data collection method in this research was carried out by distributing online questionnaires using partial purposive. The sample used in this research was 100 consumers who had purchased and consumed ice cream & tea mixue. The research results show that partially the promotion variable has a negative and insignificant effect on repeat purchase decisions but has a positive and significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, the service quality and price variables have a positive and significant effect on repeat purchase decisions and the service quality variable has a positive and significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, the price variable has a negative and insignificant effect on customer satisfaction.

Keywords: *Promotion, Price, Service_uality, Repeat_Purchase_Decisions, and Customer_Satisfaction.*



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan RahmatNya yang telah diberikan kepada kami sehingga kami bisa menyelesaikan skripsi kami yang berjudul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Mixue Ice Cream & Tea Di Jalan Platina”.

Skripsi ini dilakukan sebagai suatu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar sarjana (S.M.) di Prodi Manajemen Universitas Mikroskil Medan .

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya doa, dukungan, bantuan, bimbingan dan nasihat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak William,S.Kom., M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan, pemahaman dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Tya Wildana Hapsari Lubis , S.E.,M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan, pemahaman, dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Si., Ph.D. selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini
4. Ibu Agustina, S.Kom., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
5. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si. selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Mikroskil
6. Bapak Pioner Pelawi , S.E., M.Si. selaku dosen wali MN-B sore yang telah membantu dan memberikan arahan serta dukungan dari awal kuliah sampai saat ini.
7. Ibu Naca Perangin-Angin, S.M., M.Si. selaku dosen wali MN-A sore yang telah membantu dan memberikan arahan serta dukungan dari awal kuliah sampai saat ini.
8. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar Universitas Mikroskil Medan yang telah banyak memberikan ilmu dan pengetahuan, motivasi, dan bimbingan yang sangat berguna bagi penulis.

9. Orang tua penulis, Bapak Robert Lumban Gaol dan Ibu Rostina Magdalena Tampubolon tercinta selaku orang tua dari Anita Daniel Lumban Gaol yang telah memberikan doa dan dukungan sehingga skripsi ini selesai.
10. Saudara/i Bintang Fernando Lumban Gaol dan Ester Cerah Lumban Gaol selaku keluarga dari pihak Anita Daniel Lumban Gaol yang telah memberikan doa dan dukungan sehingga skripsi ini selesai.
11. Kakak alumni, yang dihormati dan dikasihi penulis. Indah Manik, Angel, Ruth, Endang Ari Sibuea, Ezra Monika Siregar. Yang selalu bersedia memberikan waktunya untuk berbagi pengalaman seputar dunia skripsi yang sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman perjuangan yang dibanggakan dan di kasihi dengan kasih Tuhan. Chesylia dan Sumitra Dewi yang telah menemani dan memberi banyak semangat, doa, motivasi, dan telah meluangkan waktu untuk bertukar pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini.
13. Kepada teman-teman yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu yang terus mendukung penulis hingga sampai pada akhir dari skripsi ini.

Penulis sadar bahwa skripsi ini mempunyai kekurangan dan kelebihan sehingga diperkenankan kepada seluruh mahasiswa/I atau peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

Medan, 11 Juli 2024

Penulis

Anita Daniel Lumban Gaol

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	i
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	i
DAFTAR GAMBAR.....	i
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat penelitian	8
1.6 Originalitas Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Keputusan Pembelian Berulang.....	14
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	17
2.1.4 Promosi	20
2.1.5 Kualitas Pelayanan.....	26
2.1.6 Harga.....	30
2.2 Review Penelitian Terdahulu	34
2.3 Kerangka Konseptual.....	39
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	41
2.4.1 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Berulang Mixue Jalan Platina	41
2.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Berulang Mixue Jalan Platina	41
2.4.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Berulang Mixue Jalan Platina	42
2.4.4 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Mixue Jalan Platina	43
2.4.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Mixue Jalan Platina	43

2.4.6	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Mixue Jalan Platina	44
2.4.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Berulang Mixue Jalan Platina	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		47
3.1	Metode Pengumpulan Data.....	47
3.2	Subjek Penelitian	47
3.3	Populasi dan Sampel.....	47
3.3.1	Populasi.....	47
3.3.2	Sampel	47
3.4	Jenis Pengumpulan Data.....	48
3.4.1	Jenis Data Primer	48
3.4.2	Jenis Data Sekunder.....	50
3.5	Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional Variabel	50
3.6	Metode Analisis Data.....	52
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	52
3.6.2	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	53
3.6.3	Analisis Inner Model	53
3.7	Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		55
4.1	Hasil Penelitian.....	55
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	55
4.1.2	Deskripsi Objek Penelitian	56
4.1.3	Identitas Responden	56
4.2	Analisis Deskriptif.....	59
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	59
4.3	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	62
4.3.1	Uji Validitas	63
4.3.2	Hasil Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	71
4.3.3	Hasil Uji Hipotesis.....	72
4.4	Pembahasan Hasil penelitian	75
4.4.1	Pengaruh Promosi (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	75
4.4.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	76
4.4.3	Pengaruh Harga (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).....	76
4.4.4	Pengaruh Promosi (X1) Terhadap Keputusan Pembelian Berulang (Y).....	77

4.4.5	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Berulang (Y)	78
4.4.6	Pengaruh Harga (X3) Terhadap Keputusan Pembelian Berulang (Y).....	79
4.4.7	Pengaruh Keputusan Pembelian Berulang (Y) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).....	80
4.4.8	Pengaruh Promosi (X1) Terhadap Keputusan Pembelian Berulang (Y) dengan Kepuasan pelanggan (Z) Sebagai Variabel Intervening	81
4.4.9	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Berulang (Y) dengan Kepuasan pelanggan (Z) Sebagai Variabel Intervening	81
4.4.10	Pengaruh Harga (X3) Terhadap Keputusan Pembelian Berulang (Y) dengan Kepuasan pelanggan (Z) Sebagai Variabel Intervening	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		83
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran	84
5.3	Bagi peneliti selanjutnya.....	85
DAFTAR PUSTAKA		86
LAMPIRAN.....		90

UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Harga produk Ice Cream Lucky Sundae dan Cone Mixue, Fountain, Mcd dan AW	5
Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3. 1 Skala Likert	49
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	50
Tabel 4. 1 Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4. 2 Identitas Responden berdasarkan Usia Responden	57
Tabel 4. 3 Identitas Responden berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4. 4 Identitas Responden berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Promosi (X1).....	59
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	60
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	60
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (Y).....	61
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	62
Tabel 4. 10 Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Promosi (X1).....	63
Tabel 4. 11 Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Kualitas Pelayanan (X2).....	63
Tabel 4. 12 Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Harga (X3).....	64
Tabel 4. 13 Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Keputusan Pembelian Berulang (Y).....	65
Tabel 4. 14 Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Kepuasan Pelanggan (Z)	66
Tabel 4. 15 Nilai <i>Dicriminant Validity (Cross Loading)</i>	66
Tabel 4. 16 Nilai <i>Dicriminant Validity (Cross Loading)</i>	67
Tabel 4. 17 Nilai <i>Dicriminant Validity (Cross Loading)</i>	67
Tabel 4. 18 Nilai <i>Dicriminant Validity (Cross Loading)</i>	68
Tabel 4. 19 Nilai <i>Dicriminant Validity (Cross Loading)</i>	69
Tabel 4. 20 Hasil uji Realibilitas promosi (X1).....	69
Tabel 4. 21 Hasil uji Realibilitas kualitas pelayanan (X2)	70
Tabel 4. 22 Hasil uji Realibilitas harga (X3)	70
Tabel 4. 23 Hasil uji Realibilitas Keputusan Pembelian Berulang (Y).....	70
Tabel 4. 24 Hasil uji Realibilitas Kepuasan Pelanggan (Z)	71
Tabel 4. 25 Nilai <i>R-Square</i> Variabel Endogen	71
Tabel 4. 26 Hasil Uji <i>Direct Effect</i>	73
Tabel 4. 27 Hasil Uji <i>Indirect Effect</i>	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Prasurvei Keputusan pembelian berulang.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	40



UNIVERSITAS MIKROSKIL