

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA
STEAK 21 DI SURABAYA**



OLEH :
WILLY SETYO BUDI
3103016150

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA
STEAK 21 DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH ;

WILLY SETYO BUDI

3103016150

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA
STEAK 21 DI SURABAYA**

OLEH :
WILLY SETYO BUDI
3103016150

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I



Dr. Christina Esti Susanti, SE., MM., CPM (AP)
NIDN: 0722076501
Tanggal: 10.12.2019

Pembimbing II



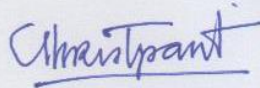
Yuliasti Ika Handayani, SE., MM
NIDN: 0717079004
Tanggal: 12.12.19.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Willy Setyo Budi dengan NRP: 3103016150

Telah diuji pada tanggal 15 Januari 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Dr. Christina Esti Susanti, SE., MM., CPM (AP)
NIDN. 0722076501

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi., MM., Ak., CA., CPA.
NIDN. 0713097203

Ketua Jurusan



Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc
NIDN. 0703087902

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Willy Setyo Budi

NRP : 3103016150

Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen pada Steak 21 di Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya Tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarism, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Binis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Libray* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 5 Januari 2020

Yang menyatakan



Willy Setyo Budi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah-Nya. Limpahan kasi, karunia dan rahmat-Nya yang selalu diberikan kepada penulis sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsmen pada Steak 21 di Surabaya.” yang dapat selesai dengan tepat waktu.

Dan tidak hanya itu saja, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bpk. Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bpk. Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, SE., MM., CPM (AP). selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengarahan, saran-saran yang membangun dan ide-ide yang berguna bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
4. Ibu Yuliasti Ika Handayani, SE., MM. selaku dosen pembimbing II yang juga telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengajaran dan pengarahan yang sangat membantu, dan saran-saran yang sangat berguna.
5. Ibu Dr. Fenika Wulani SE., M.Si. selaku dosen wali penulis yang telah membimbing penulis dalam menempuh pendidikan di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Semua dosen dan tata usaha Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang selama ini telah banyak membantu penulis dalam banyak hal .
7. Terima kasih kepada staff perpustakaan Universitas Katolik Widya yang selalu memberikan fasilitas yang nyaman untuk mengerjakan skripsi.

8. Terima kasih kepada orang tua, saudara-saudari penulis yang telah memberi dukungan doa dan materil bagi penulis untuk bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Kawan-kawan yang satu bimbingan skripsi yang saling membantu Ade, Fico, Hasinta, Vincent dan Winnie
10. Terima kasih kepada Irwan, Vincent dan Fico, dan teman-teman lainnya yang telah selalu membantu, memberikan support dan semangat sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Terima kasih kepada para responden yang telah menyediakan waktu sebentar untuk mengisi kuesioner.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 5 Januari 2020
Penulis

Willy Setyo Budi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematikan Penulisan Skripsi	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Kualitas Produk	7
2.1.2 Promosi Penjualan	8
2.1.3 Kepuasan Konsumen	10
2.1.4 Keputusan Pembelian Ulang	11
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Pengembangan Hipotesis	14
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	14
2.3.2 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Konsumen	15
2.3.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Ulang	15
2.3.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen.....	16
2.3.5 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen.....	16
2.4 Model Penelitian	17
BAB 3. METODE PENELITIAN	18
3.1 Desain Penelitian.....	18
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel ...	18
3.2.1 Identifikasi Variabel	18
3.2.2 Definisi Operasional.....	18

3.2.3 Pengukuran Variabel	20
3.3 Jenis dan Sumber Data	20
3.4 Metode Pengumpulan Data	20
3.5 Populasi, Sample, dan Teknik Penyampelan	21
3.6 Analisis Data	22
3.6.1 Uji Normalitas Data.....	22
3.6.2 Uji Validitas.....	23
3.6.3 Uji Reliabilitas.....	23
3.6.4 Uji Kecocokan Seluruh Model	24
3.6.5 Uji Kecocokan Model Struktural.....	24
3.6.6 Uji Hipotesis.....	25
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	26
4.1.1 Domisili	26
4.1.2 Usia.....	26
4.1.3 Pernah Berkunjung dan Membeli Sekali dalam 3 bulan terakhir	27
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	27
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk	28
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Promosi Penjualan.....	28
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	29
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Ulang	30
4.3 Hasil Analisis Data.....	30
4.3.1 Uji Normalitas	30
4.3.2 Uji Validitas.....	31
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	32
4.3.4 Uji Kecocokan Model Keseluruhan	33
4.3.5 Uji Kecocokan Model Struktural.....	34
4.3.6 Uji Hipotesis.....	35
4.4 Pembahasan	36
BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....	41
5.1 Simpulan.....	41
5.2 Keterbatasan	42
5.3 Saran.....	42

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Saat ini	13
Tabel 3.1 <i>Goodness of Fit</i>	24
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	26
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	26
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Berkunjung dalam 3 Bulan Terakhir	27
Tabel 4.4 Interval Rata-Rata Setiap Variabel	28
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	28
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Promosi Penjualan	29
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	29
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Ulang.....	30
Tabel 4.9 <i>Test of Univariate Normality</i>	31
Tabel 4.10 <i>Test Multivariate Normality</i>	31
Tabel 4.11 Uji Validitas	32
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas	33
Tabel 4.13 Pengujian Kecocokan Keseluruhan Model	33
Tabel 4.14 Pengujian Hipotesis	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian	17
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	61
Lampiran 2. Jawaban Karakteristik Responden.....	63
Lampiran 3. Jawaban Responden.....	68
Lampiran 4. Frekuensi Karakteristik.....	84
Lampiran 5. Uji Normalitas	85
Lampiran 6. Output SEM.....	93
Lampiran 7. Path Diagram	105

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen pada Steak 21 di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 150 responden dengan teknik penyampelan nonprobability sampling menggunakan purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SEM dengan program LISREL.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang, Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen, Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi Penjualan, Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian Ulang.

***THE EFFECT OF PRODCT QUALITY AND SALES PROMOTION ON
REPURCHASE DECISION THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AT
STEAK 21 IN SURABAYA***

ABSTRACT

This study is to analyse the effect of Product Quality and Sales Promotion on Repurchase Decision through Customer Satisfaction at Steak 21 in Surabaya. This research are using Quantitative Method and the data that used in this research are a Primary Data. The amount of sample that used in this research is 150 respondents with non-probability sampling technic and purposive sampling. The technic that the analysis used is SEM analyse with LISREL program.

The result of this research showed that Product Quality has significant effect on Customer Satisfaction, Sales Promotion has significant effect on Customer Satisfaction, Customer Satisfaction has significant effect on Repurchase Decision, Product Quality has significant effect on Repurchase Decision through Customer Satisfaction, Sales Promotion has significant effect on Repurchase Decision through Customer Satisfaction.

Keywords: Product Quality, Sales Promotion, Customer Satisfaction, Repurchase Decision