



**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, KUALITAS  
LAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN ULANG PADA UMKM NASI AYAM ORI**

**SKRIPSI**

**RETNO NABILA MAHARANI 1910111187**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN**

**JAKARTA**

**2022**



**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, KUALITAS  
LAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN ULANG PADA UMKM NASI AYAM ORI**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**RETNO NABILA MAHARANI 1910111187**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAKARTA**

**2022**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Retno Nabila Maharani

NIM : 1910111187

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 15 Desember 2022



Yang Menyatakan,

Retno Nabila Maharani

**PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPERLUAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Retno Nabila Maharani  
NIM : 1910111187  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA UMKM NASI AYAM ORI**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 Desember 2022

Yang menyatakan,



(Retno Nabila Maharani)

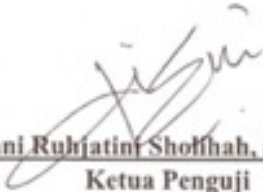
**SKRIPSI**


**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA UMKM NASI AYAM ORI**


*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

**Retno Nabila Maharani      1910111187**


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 19 Desember 2022  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

  
Dienni Ruhjatin Shofihah, S.E., M.M.  
Ketua Penguji

  
Drs. Nobelson, MM.  
Penguji I

  
Suharvati, S.E., M.M.  
Penguji II (Pembimbing)

  
  
Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS  
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

  
Siti Hidayati, S.E., M.M.  
Ketua Program Studi

Disahkan di      : Jakarta  
Pada Tanggal    : 19 Desember 2022

***THE EFFECT OF PROMOTION, PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, AND PRICE ON REPURCHASE DECISIONS IN NASI AYAM ORI MSME***

**By Retno Nabila Maharani**

***Abstract***

*This research is a quantitative research conducted to determine the effect of promotion, product quality, service quality, and price on consumer repurchase decisions. The objects in this study are all consumers of Nasi Ayam ORI and are in the Jakarta area. This study took a sample of 100 respondents selected using purposive sampling method. Data was collected by distributing questionnaires and using Partial Least Square (PLS) in the form of SmartPLS 3.0 software to analyze the data. The results of this study indicate that (1) the promotion variable has a positive and significant effect on the repurchase decision, (2) the product quality variable has a positive and significant effect on the repurchase decision, (3) the service quality variable has a positive and significant effect on the repurchase decision, and (4) the price variable has a positive and significant effect on repurchasing decisions.*

***Keywords:*** *Promotion, Product Quality, Service Quality, Price, Repurchase Decisions*

# **PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA UMKM NASI AYAM ORI**

**Oleh Retno Nabila Maharani**

## **Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilaksanakan guna melihat pengaruh antara promosi, kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap keputusan pembelian ulang pada konsumen. Objek dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Nasi Ayam ORI dan berada di wilayah Jakarta. Penelitian ini mengumpulkan sampel sebanyak 100 responden yang diseleksi dengan memakai metode *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan memanfaatkan *Partial Least Square (PLS)* berupa *software SmartPLS 3.0* untuk menganalisis data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, (2) variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, (3) variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, dan (4) variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang.

**Kata Kunci:** Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Keputusan Pembelian Ulang



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.uprvj.ac.id> Email : [puskom@uprvj.ac.id](mailto:puskom@uprvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Senin , tanggal 19 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Retno Nabila Maharani

No.Pokok Mahasiswa : 1910111187

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada UMKM Nasi Ayam ORI

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak-Lulus \**)

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.	Ketua	1. ....
2	Drs. Nobelson, MM	Anggota I	2. ....
3	Suharyati, S.E., M.M	Anggota II **)	3. ....

#### Keterangan:

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 19 Desember 2022

Mengesahkan

A.n DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.



## **PRAKATA**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal dengan judul **“Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada UMKM Nasi Ayam ORI”**. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Dengan kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih kepada Ibu Suharyati, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan meluangkan waktunya untuk memberikan masukan dan arahan-arahan yang bermanfaat dalam proses pembuatan proposal ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh dosen dan seluruh tenaga kependidikan yang telah memberikan bimbingan dan bantuan akademik selama perkuliahan, orang tua, keluarga, serta teman dan sahabat yang tiada hentinya memberikan semangat doa, dan bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari dalam penulisan proposal penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang dapat membangun dan menyempurnakan proposal penelitian sehingga dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya. Penulis berharap semoga penulisan proposal penelitian ini bermanfaat dan dapat menjadi pembelajaran untuk dikembangkan di kemudian hari.

Jakarta, 29 September 2022

Retno Nabila Maharani

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
I.1    Latar Belakang .....	1
I.2    Rumusan Masalah .....	6
I.3    Tujuan Penelitian .....	6
I.4    Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
II.1    Landasan Teori.....	8
II.1.1    Pengertian Pemasaran .....	8
II.1.2    Keputusan Pembelian.....	9
II.1.3    Keputusan Pembelian Ulang .....	12
II.1.4    Promosi .....	15
II.1.5    Kualitas Produk.....	18

II.1.6	Kualitas Layanan.....	20
II.1.7	Harga.....	21
II.2	Hasil Penelitian Sebelumnya.....	23
II.3	Model Penelitian .....	27
II.4	Hipotesis.....	27
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
III.1.1	Definisi Operasional.....	29
III.1.2	Pengukuran Variabel.....	30
III.2	Populasi dan Sampel .....	31
III.2.1	Populasi.....	31
III.2.2	Sampel.....	31
III.3	Teknik Pengumpulan Data.....	32
III.3.1	Jenis Data .....	32
III.3.2	Sumber Data.....	32
III.3.3	Pengumpulan Data .....	32
III.4	Teknik Analisis Data.....	33
III.4.1	Analisis Data Deskriptif.....	33
III.4.2	Analisis Data Inferensial .....	35
III.4.3	Uji Validitas .....	37
III.4.4	Uji Reliabilitas .....	38
III.4.5	Uji Hipotesis.....	39
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	41
IV.2	Deskripsi Data Penelitian.....	42
IV.3	Analisis dan Uji Hipotesis.....	45

IV.3.1	Analisis Deskriptif .....	45
IV.3.2	Analisis Inferensial.....	49
IV.3.3	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	53
IV.3.4	Uji Hipotesis.....	54
IV.4	Pembahasan.....	56
IV.4.1	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada UMKM Nasi Ayam ORI.....	57
IV.4.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada UMKM Nasi Ayam ORI.....	59
IV.4.3	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada UMKM Nasi Ayam ORI.....	61
IV.4.4	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada UMKM Nasi Ayam ORI.....	64
IV.5	Keterbatasan Penelitian.....	66
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>68</b>
V.1	Simpulan .....	68
V.2	Saran.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>RIWAYAT HIDUP</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Pengikut Akun Instagram Nasi Ayam ORI dan Pesaing.....	3
Tabel 2. Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	30
Tabel 4. Skala Likert.....	32
Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	33
Tabel 6. Peringkat Jawaban Kuesioner.....	33
Tabel 7. Nilai Persentase Responden.....	34
Tabel 8. Tingkat Reliabilitas.....	39
Tabel 9. Intepretasi Nilai Indeks.....	45
Tabel 10. Hasil Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian Ulang.....	46
Tabel 11. Hasil Jawaban Responden Terhadap Promosi.....	46
Tabel 12. Hasil Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk.....	47
Tabel 13. Hasil Jawaban Responden Terhadap Kualitas Layanan.....	48
Tabel 14. Hasil Jawaban Responden Terhadap Harga.....	49
Tabel 15. Loading Factor.....	51
Tabel 16. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	52
Tabel 17. Cronbach's Alpha.....	52
Tabel 18. Composite Reliability.....	53
Tabel 19. Uji R Square.....	53
Tabel 20. Uji Q-Square.....	54
Tabel 21. Uji T-Statistik.....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Review</i> Nasi Ayam ORI .....	4
Gambar 2. Model Penelitian Empiris.....	27
Gambar 3. Langkah-Langkah <i>Partial Least Square</i> .....	36
Gambar 4. Logo Nasi Ayam ORI .....	41
Gambar 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Gambar 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Gambar 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	43
Gambar 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	44
Gambar 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Pembelian.....	44
Gambar 10. <i>Outer Model</i> .....	50
Gambar 11. <i>Inner Model</i> .....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 2 Data Kuesioner 100 Responden .....	85
Lampiran 3 Hasil Deskripsi Data Responden .....	100
Lampiran 4 Hasil Analisis Deskriptif .....	103
Lampiran 5 Hasil Outer Model PLS .....	105
Lampiran 6 Hasil Inner Model PLS .....	106
Lampiran 7 Hasil Output Model PLS .....	107
Lampiran 8 T Tabel.....	110