

**PENGARUH SERVICE QUALITY, HARGA DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG
(Studi Kasus Pada Pelanggan Shop & Drive Alam Sutera, Tangerang)**



DEWI AYU ANDINI

1161001055

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA


2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Dewi Ayu Andini

NIM : 1161001055

Tanda Tangan : 

Tanggal : 4 Agustus 2020

HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Dewi Ayu Andini

NIM : 1161001055


Program Studi : Manajemen


Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

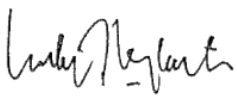
Judul Skripsi : Pengaruh Service Quality, Harga dan Lokasi Terhadap
Keputusan pembelian Ulang (studi kasus pada konsumen
Shop & Drive Alam Sutera, Tangerang)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Pembahas dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Holila Hatta, S.Pd., M.M ()

Penguji I : Ir. Gunardi Endro, Ph.D ()

Penguji II : Imbang J. Mangkuto, M.Sc., M.B.A ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 21 Agustus 2020

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dewi Ayu Andini
NIM : 1161001055
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh *service quality*, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian ulang (Studi kasus pada pelanggan Shop & Drive cabang Alam Sutera)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat Di : Jakarta

Pada tanggal : 24 Juli 2020

Yang Menyatakan



(Dewi Ayu Andini)

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* , HARGA DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG**

(Studi Kasus Pada Pelanggan Shop & Drive Alam Sutera, Tangerang)

Dewi Ayu Andini

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service quality*, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian ulang konsumen Shop & Drive cabang Alam Sutera, Tangerang. Responden adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa Shop & Drive cabang Alam Sutera. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden yang menjadi target penelitian. Dengan menggunakan metode *Non- Probability sampling*, sebanyak 100 responden dikumpulkan. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal, buku dan publikasi lainnya yang terkait penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian ulang sedangkan *service quality*, dan lokasi berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian ulang. berdasarkan hasil perhitungan uji t yaitu t hitung lebih besar dari t table. Hasil Uji F bahwa ketiganya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang dengan nilai sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari level of *significant* yang ditentukan yaitu sebesar 0,05.

Kata Kunci : *service quality*, harga, lokasi, dan keputusan pembelian

**THE EFFECT *SERVICE QUALITY* , PRICE AND LOCATION
ON REPURCHASE DECISIONS**

(Case Study on Consumer Shop & Drive Alam Sutera, Tangerang)

Dewi Ayu Andini

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality, price and location of consumer repurchase decisions at the Alam Sutera branch of Shop & Drive, Tangerang. Respondents are consumers who have used the Alam Sutera branch of Shop & Drive services. Sources of data used in this study are primary data and secondary data. Primary data were obtained through questionnaires taken by respondents who were the research targets. By using the Non-Probability sampling method, a total of 100 respondents were collected. Secondary data were obtained from various sources such as journals, books and other publications related to this research. The results show that the price variable has no influence on the re-purchase decision, while the service quality and location have a positive effect on the re-purchase decision variable. based on the results of the t test calculation, namely t arithmetic greater than t table. The results of the F test show that the three of them have a positive effect on the re-purchase decision with a sig. amounting to 0,000 is smaller than the specified level of significance of 0.05.

Keywords : *service quality, price, location and repurchase decision.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh *service quality*, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian ulang (Studi kasus pada pelanggan Shop & Drive cabang Alam Sutera)” sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Dalam menyelesaikan penyusunan laporan tugas akhir ini, peneliti mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak, terutama orang tua dan keluarga peneliti. Semangat dan motivasi yang diberikan keluarga serta teman-teman peneliti menjadi motivasi terbesar bagi peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Selain itu, peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan mendampingi peneliti selama pelaksanaan tugas akhir, diantaranya:

1. Holila Hatta, S.Pd., M.M selaku dosen pembimbing yang memberikan pengarahan dan bimbingan selama proses penyelesaian tugas akhir ini
2. Dr. Jerry Heikal, S.T, M.M selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran dan masukan untuk penyempurnaan tugas akhir ini.
3. Abdul Aziz selaku suami selakaligus *Chief Store* Shop & Drive yang telah membantu dalam hal pengumpulan data dan pemberi saran kepada Penulis
4. Bapak Eko Suwondo dan Ibu Satini selaku Orang tua penulis yang selalu mendukung dan mendoakan penulis selama masa perkuliahan.
5. Samihah, Dini Nur Fitria, Afiqoh Nur Sofiarni, Wizha Aisyah, Arum Tanjung yang turut membantu dan menyemangati dalam penyusunan skripsi ini
6. Semua kawan-kawan Manajemen Angkatan 2016 yang selalu memberikan semangat dan menginspirasi.

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER i

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS ii

HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN iii

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI iv

ABSTRAK..... v

ABSTRACT vi

KATA PENGANTAR..... vii

DAFTAR ISI viii

DAFTAR GAMBAR..... x

DAFTAR TABEL xi

BAB I PENDAHULUAN 1

 1.1 **LATAR BELAKANG** 1

 1.2 Rumusan Masalah..... 6

 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian..... 6

BAB II LANDASAN TEORI..... 8

 2.1 Kajian Pustaka 8

 2.1.1 Definisi Pemasaran 8

 2.1.2 *Marketing Mix (Jasa)*..... 10

 2.2 *Service Quality* (kualitas jasa) 13

 2.1.1 Pengertian Jasa 13

 2.1.2 Klasifikasi Jasa 14

 2.1.3 Karakteristik Jasa..... 16

 2.1.4 Tolak Ukur Kualitas Jasa 17

 2.3 Price (Harga) 19

 2.3.1 Definisi Harga 19

 2.3.2 Peranan Harga 19

 2.3.3 Kebijakan Harga 20

 2.3.4 Strategi Kebijakan Harga 21

 2.3.5 Strategi Penyesuaian Harga..... 22

| | | |
|----------------|--|-----------|
| 2.3.6 | Faktor – faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga..... | 23 |
| 2.3.7 | Tujuan Penetapan Harga | 24 |
| 2.4 | Lokasi..... | 25 |
| 2.4.1 | Pengertian Lokasi | 25 |
| 2.4.2 | Faktor-faktor Lokasi | 26 |
| 2.4.3 | Desain dan Tata Letak Fasilitas..... | 27 |
| 2.5 | Keputusan Pembelian Ulang | 28 |
| 2.5.1 | Pengertian Keputusan Pembelian Ulang..... | 28 |
| 2.5.2 | Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian..... | 29 |
| 2.5.3 | Proses Keputusan Pembelian | 32 |
| 2.6 | Penelitian Terdahulu..... | 35 |
| 2.7 | Kerangka Pemikiran..... | 37 |
| 2.8 | Hipotesis Penelitian..... | 38 |
| BAB III | METODOLOGI PENELITIAN | 39 |
| 3.1 | Metode penelitian | 39 |
| 3.2 | Objek dan Waktu Penelitian | 39 |
| 3.3 | Populasi dan Sampel..... | 40 |
| 3.3 | Metode Pengumpulan Data | 41 |
| 3.5 | Metode Analisis Data | 43 |
| 3.5.1 | Analisis Kualitatif..... | 43 |
| 3.5.2 | Uji Instrumen..... | 44 |
| 3.5.3 | Uji Asumsi Klasik | 45 |
| 3.5.4 | Uji Hipotesis..... | 47 |
| 3.5.4.2 | Uji F statistik..... | 47 |
| 3.6 | Operasional Variabel Penelitian | 49 |
| BAB IV | PEMBAHASAN..... | 53 |
| 4.1 | Gambaran Umum objek penelitian..... | 53 |
| 4.1.1 | Sejarah PT. Astra Otoparts. Tbk..... | 53 |
| 4.2 | Profil Shop & Drive | 56 |
| 4.2.1 | Tujuan Perusahaan..... | 57 |
| 4.2.2 | Target Perusahaan..... | 57 |

| | | |
|-------|--|-----------|
| 4.2.3 | Nilai-nilai dasar (<i>Corporate Values</i>) | 58 |
| 4.3.1 | Analisis data responden | 59 |
| 4.4 | Hasil Uji Instrumen..... | 60 |
| 4.4.1 | Hasil Uji Validitas | 60 |
| 4.4.2 | Hasil Uji Reliabilitas | 62 |
| 4.5 | Hasil Uji Asumsi Klasik | 63 |
| 4.5.1 | Hasil Uji Normalitas Data | 63 |
| 4.5.2 | Hasil Uji Heteroskedastisitas | 64 |
| 4.5.3 | Hasil Uji Multikolinearitas | 65 |
| 4.6 | Hasil Uji Hipotesis | 66 |
| 4.6.1 | Hasil Uji t | 66 |
| 4.6.2 | Hasil Uji F | 68 |
| 4.6.3 | Hasil Uji Persamaan Regresi Linier berganda..... | 69 |
| | Y = -1.885 + 0,336X₁ + 0,056X₂ + 0,637X₃ | 69 |
| 4.6.4 | Hasil Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)..... | 70 |
| 4.7 | Pembahasan Hasil Penelitian | 71 |
| 4.7.1 | Analisis <i>Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian Ulang..... | 71 |
| 4.7.3 | Analisis Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang..... | 72 |
| 4.7.3 | Analisis Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang | 73 |
| | BAB V..... | 74 |
| A. | Kesimpulan..... | 74 |
| C. | Saran..... | 75 |
| | DAFTAR PUSTAKA..... | 76 |
| | Lampiran 1..... | 79 |
| | Lampiran 2. Hasil Data Kuesioner..... | 82 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. Jumlah Kendaraan Mobil | 1 |
| Gambar 2. Dampak berganda industri Otomotif | 2 |
| Gambar 3. Marketing Mix | 10 |
| Gambar 4. Faktor yang memperngaruhi tingkah laku konsumen | 29 |
| Gambar 5. Proses Pengambilan keputusan | 32 |
| Gambar 6. Kerangka Pemikiran | 38 |
| Gambar 7. Logo PT. Astra Otoparts Tbk. | 53 |
| Gambar 8. Anak perusahaan dan joint venture | 54 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Table 1. Penelitian Terdahulu..... | 35 |
| Table 2. Rincian Waktu Penelitian | 39 |
| Table 3. Kualifikasi Nilai Alpha Cronbach's..... | 44 |
| Table 4. Operasional Variable | 49 |
| Table 5. Distribusi Data Responden | 59 |
| Table 6. Hasil Pengujian Validitas | 61 |
| Table 7. Hasil Pengujian Validitas | 62 |
| Table 8. Hasil Uji Multikolienaritas | 65 |
| Table 9. Hasil Uji t..... | 66 |
| Table 10. Hasil Uji F..... | 68 |
| Table 11. Uji Regresi Linier Berganda | 69 |
| Table 12. Hasil Koefisien Determinan..... | 70 |