



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI ULANG**

(STUDI PADA BURGER KING PARAGON SEMARANG)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

NUGROHO ADHI FEBRIYANTO

14020216140039

DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2021

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama Lengkap : Nugroho Adhi Febriyanto
2. Nomer Induk Mahasiswa : 14020216140039
3. Tempat / Tanggal Lahir : Semarang, 10 Febuari 1998
4. Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl Stonen Timur Dalam I No.17

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi) yang saya tulis berjudul:

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang
(Studi Pada Burger King Paragon Semarang)**

Adalah benar – benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 21 Agustus 2021
Pembuat Pernyataan,



Nugroho Adhi Febriyanto
NIM : 14020216140039

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Burger King Paragon Semarang)

Nama Penyusun : Nugroho Adhi Febriyanto

Departemen : S1 - Administrasi Bisnis

Semarang, 21 Agustus 2021

Dekan

Wakil Dekan I




Dr. Hardi Warsono, M.T.P.
NIP. 19640827 199001 1 001

Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing:

1. Widayanto, S.Sos., M.Si

()

2. Dr. Hari Susanta Nugraha S.Sos., M.Si.

()

Dosen Penguji Skripsi


1. Widayanto, S.Sos., M.Si

()

2. Dr. Hari Susanta Nugraha S.Sos., M.Si.

()

3. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati M.S.

()

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Setiap Orang Memiliki Waktunya Sendiri Dalam Semua Hal, Semua Aspek, Lakukan Yang Terbaik Dan Waktu, Moment Besar Bagimu Akan Datang”

PERSEMBAHAN

Atas berkat rahmat Allah SWT. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta; Bapak Indarto dan Ibu Juneri, dan kaka saya yang senantiasa memberikan doa, dukungan, kepercayaan dan kasih sayang yang menjadi motivasi dan semangat bagi penulis serta untuk mengapresiasi diri sendiri, skripsi ini penulis persembahkan untuk Nugroho Adhi Febriyanto yang telah mampu berjuang dan menyelesaikan skripsi.
2. Keluarga besar yang selalu memberikan doa, dukungan, dan kepercayaan.
3. Dinda yang selalu membantu dan mendukung selama proses penyusunan skripsi
4. Teman – teman seperbimbingan; Andre, Ismi, dan Nadya yang telah saling membantu dan saling menyemangati
5. Teman – teman Administrasi Bisnis Angkatan 2016 yang telah menemani saya selama perkuliahan.
6. Serta sahabat dan teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas doa dan dukungannya.

ABSTRAK

Pada zaman modern saat ini semakin pesatnya kemajuan teknologi, kehadiran makanan cepat saji dalam memenuhi kebutuhan manusia membuat memanjakan manusia dalam memenuhi kebutuhan makan sehari-hari. Restoran cepat saji merupakan perusahaan bisnis yang bergerak dibidang jasa dan memberikan pelayanan menyediakan makanan dan minuman kepada pelanggan. Restoran cepat saji itu sendiri adalah salah satu tempat makan yang banyak diminati oleh konsumen dari segala umur dan dari berbagai kalangan. Akan tetapi akhir-akhir ini Burgerking Paragon Semarang Mengalami Penurunan dikarenakan kurangnya minat beli ulang. Hal tersebut yang membuat Burgerking Paragon Semarang mengalami penurunan

Tipe penelitian ini adalah explanatory research dengan menggunakan kuesioner dan googleform sebagai metode pengumpulan data. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung antara variabel kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat beli ulang. Metode penelitian yang digunakan yaitu Teknik NonProbability Sampling dengan metode purposive sampling. Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0. Sampel yang dikumpulkan sebanyak 100 responden pelanggan Burgerking Paragon Semarang. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang Pada Burgerking Paragon Semarang

ABSTRACT

In modern times, the rapid advancement of technology, the presence of fast food in meeting human needs makes people indulge in fulfilling their daily food needs. Fast food restaurants are business companies engaged in services and provide services for providing food and beverages to customers. The fast food restaurant itself is one of the places to eat that is in great demand by consumers of all ages and from various circles. However, lately Burgerking Paragon Semarang has decreased due to a lack of interest in repurchasing. This is what makes Burgerking Paragon Semarang experience a decline

This type of research is explanatory research using questionnaires and google form as data collection methods. The purpose of this study was to determine the direct influence between service quality and promotion variables on repurchase interest. The research method used is Non-Probability Sampling technique with purposive sampling method. Data processing using SPSS 25.0. The samples collected were 100 respondents from Burgerking Paragon Semarang customers. Analysis of the data used is simple linear regression. The results of this study conclude that Service Quality and Promotion have a significant effect on Repurchase Interest at Burgerking Paragon Semarang

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas limpahkan berkat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Burgerking Paragon Semarang)”** ini tidak lepas dari adanya Kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini.

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan santunan, saran dan kritik serta doa sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar dan dapat diselesaikan dengan baik, khususnya kepada:

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk Menyusun skripsi
2. Dr.Widiartanto, S.Sos, MAB selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk Menyusun skripsi dan membantu selama masa perkuliahan
3. Widayanto, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini
4. Dr. Hari Susanta Nugraha S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritikan dan saran yang membangun dalam penulisan skripsi

5. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati M.S. selaku dosen wali penulis yang telah membantu penulis selama di masa perkuliahan
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan
7. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia mengisi kuesioner yang penulis berikan
8. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak secara langsung telah membantu dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran konstruktif sangat penulis harapkan guna tercapainya hasil yang bermanfaat bagi banyak pihak. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan Bersama

Semarang,

Penyusun



Nugroho Adhi Febriyanto

NIM : 14020216140039

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI).....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAER TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat dan tujuan penelitian.....	8
1.5 Kerangka teori.....	9
1.5.1 Prilaku Konsumen.....	9
1.5.2 Kualitas Pelayanan.....	10
1.5.3 Promosi.....	11
1.5.4 Minat beli ulang.....	12
1.5.5 Kajian Empiris.....	13
1.5.6 Analisis kajian empiris.....	18
1.5.7 Pengaruh antara variabel.....	18
1.5.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang.....	18
1.5.7.2 Promosi terhadap Minat Beli Ulang.....	19

1.5.7.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat beli ulang.....	20
1.6 Hipotesis.....	21
1.7 Definisi Konsep.....	22
1.7.1 Kualitas Pelayanan.....	22
1.7.2 Promosi.....	22
1.7.3 Minat beli ulang.....	22
1.8 Definisi Operasional.....	23
1.8.1 Kualitas Pelayanan.....	23
1.8.2 Promosi.....	24
1.8.3 Minat Beli Ulang.....	25
1.9 Metode Penelitian.....	26
1.9.1 Tipe Penelitian.....	26
1.9.2 Populasi dan Sampel.....	27
1.9.2.1 Populasi.....	27
1.9.2.2 Sampel.....	27
1.9.3 Teknik Pengambilan Sample.....	28
1.9.4 Jenis dan Sumber Data.....	28
1.9.4.1 Jenis Data.....	28
1.9.4.2 Sumber Data.....	29
1.9.5 Sekala Pengukuran.....	29
1.9.6 Teknik Pengumpulan Data.....	30
1.9.7 Instrument Penelitian.....	31
1.9.8 Analisis Data.....	31
1.9.9 Uji Validitas.....	32
1.9.10 Uji Realibilitas.....	33
1.9.11 Koefisien Korelasi.....	33
1.9.12 Analisis Regresi Sederhana.....	34
1.9.13 Analisis Regresi Berganda.....	35
1.9.14 Uji t (Parsial).....	36

9.1.15 Uji F (Simultan).....	38
BAB II.....	41
GAMBARAN UMUM BURGER KING.....	41
2.1 Sejarah Burger King.....	41
2.2 Visi Dan Misi.....	45
2.2.1 Visi.....	45
2.2.2 Misi.....	45
2.3 Logo Perusahaan.....	46
2.4 Struktur Organisasi.....	47
2.5 Kegiatan Usaha.....	49
2.5.1 Jam Operasional.....	49
2.6 Identitas Responden.....	50
2.6.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
2.6.2 Responden Berdasarkan Usia.....	51
2.6.3 Responden Berdasarkan Asal Kota.....	52
2.6.4 Responden Berdasarkan Berapa Kali Membeli.....	52
2.6.5 Responden Berdasarkan Mengetahui Promosi.....	53
BAB III.....	54
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
3.1 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas.....	54
3.1.1 Uji Validitas.....	55
3.1.2 Uji Reliabilitas.....	60
3.2 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian.....	61
3.2.1 Persepsi Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....	61
3.2.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Meja dan kursi pada Burger King Paragon Semarang dalam kondisi bersih dan terawat.....	62
3.2.1.2 Tanggapan Responden Alat untuk melayani bertransaksi pada Burger king Paragon Semarang mudah dan cepat.....	63
3.2.1.3 Karyawan Burgerking Paragon Semarang Berpenampilan Rapi.....	64

3.2.1.4 Dipermudah Saat Melakukan Pemesanan.....	65
3.2.1.5 Karyawan Burgerking Paragon Semarang teliti dalam mencatat pemesanan.....	66
3.2.1.6 Karyawan Burgerking Paragon Semarang memberikan layanan baik dari awal hingga akhir.....	67
3.2.1.7 Karyawan Burgerking Paragon Semarang memberikan nampan beserta produk untuk pemesanan dine in dengan benar.....	68
3.2.1.8 Karyawan Burgerking Paragon Semarang memberikan pelayanan dengan cepat	69
3.2.1.9 Karyawan Burgerking Paragon Semarang tepat dalam memberikan pesanan....	69
3.2.1.10 Karyawan Burgerking Paragon Semarang cermat dalam melayani pelanggan. 70	
3.2.1.11 Karyawan Burgerking Paragon Semarang memberikan layanan dengan tepat waktu.....	71
3.2.1.12 Karyawan Burgerking Paragon Semarang tanggap merespon saat adanya keluhan dari pelanggan.....	72
3.2.13 Karyawan Burgerking Paragon Semarang ramah dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.....	73
3.2.1.14 Karyawan Burgerking Paragon Semarang menjaga kualitas makanan dan minuman dengan baik saat disajikan pelanggan.....	74
3.2.1.15 Karyawan Burgerking Paragon Semarang memprioritaskan kepentingan pelanggan.....	75
3.2.1.16 Karyawan Burgerking Paragon Semarang bersikap ramah,sopan, santun saat melayani.....	76
3.2.1.17 Karyawan Burgerking Paragon Semarang mendahulukan sesuai antrian.....	77
3.2.1.18 Rekapitulasi Jawaban Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....	78
3.2.2 Persepsi Responden terhadap Variabel Promosi.....	80
3.2.2.1 Promosi pada Burgerking Paragon Semarang menarik perhatian.....	80
3.2.2.2 Tertarik saat melihat promosi pada social media atau iklan pada media cetak..	81
3.2.2.3 Saya mengetahui adanya produk yang sebelumnya saya tidak ketahui pada promosi social media atau iklan Burgerking.....	82
3.2.2.4 Produk yang didapat sesuai persepsi saat melihat promosi di social media atau iklan pada media cetak.....	83
3.2.2.5 Rekapitulasi Jawaban Responden terhadap Variabel Promosi.....	84
3.2.3 Persepsi Responden terhadap Variabel Minat Beli Ulang.....	85

3.2.3.1	Saya tertarik membeli ulang produk Burgerking Paragon Semarang.....	86
3.2.3.2	Saya menyarankan orang lain untuk membeli di Burgerking Paragon Semarang	87
3.2.3.3	Burgerking sebagai pilihan saat akan membeli makanan fastfood.....	87
3.2.3.4	Mencari informasi mengenai produk atau promosi pada Burgerking Paragon Semarang.....	88
3.2.3.5	Rekapitulasi Jawaban Responden terhadap Variabel Minat Beli Ulang.....	89
3.3	Uji Asumsi Klasik.....	91
3.4	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang.....	91
3.4.1	Koefisien Korelasi Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang.....	91
3.4.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	92
3.4.3	Regresi Linier Sederhana.....	93
3.4.4	Uji t.....	95
3.5	Analisis Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli Ulang.....	96
3.5.1	Koefisien Korelasi Persepsi Promosi terhadap Minat Beli Ulang.....	96
3.5.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	97
3.5.3	Regresi Linier Sederhana.....	98
3.5.4	Uji t.....	100
3.6	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang.....	101
3.6.1	Koefisien Korelasi Persepsi Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang.....	102
3.6.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	103
3.6.3	Regresi Linier berganda.....	104
3.6.4	Uji F.....	106
3.7	Pembahasan.....	108
BAB IV.....		111
PENUTUP.....		111
4.1	Kesimpulan.....	111
4.2	Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....		114

LAMPIRAN.....	117
---------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan BK Paragon Semarang.....	3
Tabel 1. 2 Data Total Customer.....	4
Tabel 1. 3 Kajian Empiris.....	13
Tabel 1. 4 Tabel Koefisien Korelasi.....	34
Tabel 2. 1 Identitas Responden Jenis Kelamin.....	50
Tabel 2. 2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 2. 3 Identitas Responden Berdasarkan Kota Asal.....	52
Tabel 2. 4 Responden Berdasarkan Berapa Kali Membeli.....	53
Tabel 2. 5 Responden Berdasarkan Mengetahui Promosi.....	53
Tabel 3. 1 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	57
Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel Promosi.....	58
Tabel 3. 3 Uji Validitas Minat Beli Ulang.....	58
Tabel 3. 4 Uji Realibilitas Variabel.....	60
Tabel 3. 5 Meja dan Kursi Burgerking Bersih dan Terawat.....	62
Tabel 3. 6 Pelayan Transaksi Mudah Dan Cepat.....	63
Tabel 3. 7 Karyawan Burgerking Perpenampilan Menarik.....	64
Tabel 3. 8 Dipermudah saat Melakukan Transaksi.....	65
Tabel 3. 9 Karyawan Burgerking Teliti Dalam Mencatat Pesanan.....	66
Tabel 3. 10 Mengenai Layanan Yang Baik Dari Awal Hingga Akhir.....	67
Tabel 3. 11 Memberikan Nampan Beserta Produk Dengan Benar.....	68
Tabel 3. 12 Karyawan Memberikan Pesanan Dengan Cepat.....	69

Tabel 3. 13 Karyawan Tepat Dalam Memberikan Pesanan.....	70
Tabel 3. 14 Karyawan Cermat Dalam Melayani Pelanggan.....	71
Tabel 3. 15 Karyawan Memberikan Layanan Dengan Tepat Waktu.....	72
Tabel 3. 16 Karyawan Tanggap Merespon Saat Adanya Keluhan	73
Tabel 3. 17 Karyawan Ramah Dalam Memberikan Pelayanan.....	74
Tabel 3. 18 Karyawan Menjaga Kualitas Makanan dan Minuman	75
Tabel 3. 19 Karyawan Memprioritaskan Kepentingan Pelanggan.....	76
Tabel 3. 20 Karyawan Bersikap Ramah, Sopan, Santun saat Melayani.....	77
Tabel 3. 21 Keryawan Mendahulukan Sesuai Antian.....	78
Tabel 3. 22 Rekapitulasi Jawaban Prtisipan Prihal Variabel Kualitas Pelayanan.....	79
Tabel 3. 23 Promosi Pada Burgerking Menarik Perhatian.....	81
Tabel 3. 24 Tertarik Saat Melihat Promosi Pada Sosial Media atau Iklan.....	82
Tabel 3. 25 Mengetahui Produk Yang Sebelumnya Tidak tahu Melalui Promosi.....	83
Tabel 3. 26 Mengetahui Produk Yang Didapat Sesuai Dengan di Sosial Media.....	84
Tabel 3. 27 Rekapitulasi Jawaban Partisipan Prihal Variabel Promosi.....	85
Tabel 3. 28 Tertarik Membeli Ulang Produk Burgerking.....	87
Tabel 3. 29 Menyarankan Orang Lain Untuk Membeli di Burgerking Paragon.....	88
Tabel 3. 30 Burgerking Sebagai Pilihan Saat membeli Makanan Fast.....	89
Tabel 3. 31 Mencari Informasi Mengenai Produk atau Promosi.....	90
Tabel 3. 32 Rekapitulasi Jawaban Partisipan Prihal Variabel Minat Beli Ulang.....	91
Tabel 3. 33 Hasil Uji Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang.....	92
Tabel 3. 34 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang...94	
Tabel 3. 35 Hasil Uji Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang.....	98
Tabel 3. 36 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Promosi Terhadap Minat Beli Ulang.....	99
Tabel 3. 37 Hasil Uji Korelasi Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang.....	103
Tabel 3. 38 Hasil Uji Regresi Linier Bergandaa Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli ulang.....	105
Tabel 3. 39 Uji F Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Model Hipotesis.....	21
Gambar 2. 1 Logo Burger King.....	46
Gambar 3 1 Pengujian Hipotesis engan t-Test Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang	97
Gambar 3 2 Pengujian Hipotesis Dengan t-Test Variabel Promosi Terhadap Minat Beli Ulang.....	102