

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN KEMBALI KONSUMEN GO FOOD JAKARTA



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Oleh :

Nama : Monica Gracia

NIM : 20160035

Skrripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Januari 2020

PENGESAHAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN KEMBALI KONSUMEN GO FOOD JAKARTA

Diajukan Oleh

Nama : Monica Gracia

NIM : 20160035

Jakarta, 28 Januari 2020

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA 2020

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



ABSTRAK

Monica Gracia / 20160035 / Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan terhadap Minat Pembelian Kembali konsumen Go Food Jakarta / Dr. Ir Bilson Simamora, M.M

Dilakukan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan dan kualitas layanan terhadap minat pembelian kembali konsumen Go Food Jakarta. Perkembangan gaya hidup masyarakat saat ini mengalami perubahan dan cenderung menyukai pemesanan makanan secara *online* agar semua kegiatan menjadi efektif, cepat dan praktis. *Go Food* merupakan sebuah fitur layanan *food delivery* yang disediakan oleh Go-Jek yang bertujuan memberikan kemudahan dalam pemesanan makanan kepada masyarakat. *Go Food* ikut berpartisipasi dalam memberikan berbagai macam promosi. Pada umumnya konsumen menginginkan pelayanan yang baik dan berkualitas namun dengan harga yang terjangkau. Oleh karena itu, penelitian ini meneliti pengaruh promosi penjualan dan kualitas layanan terhadap minat pembelian kembali konsumen *Go Food* Jakarta.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah promosi penjualan, kualitas layanan dan minat pembelian kembali. Terdapat dua jenis variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel independen yang terdiri dari promosi penjualan dan kualitas layanan dan variabel dependen yang terdiri dari minat pembelian kembali.

Objek penelitian ini adalah *Go Food* Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarluaskan survei kepada 160 sampel pelanggan *Go Food* Jakarta sebagai respondennya. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *nonprobability sampling* dengan teknik *judgement sampling*.

Promosi penjualan dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap minat pembelian kembali konsumen *Go Food* Jakarta. Penelitian ini menunjukkan bahwa responden menilai promosi penjualan dan kualitas layanan *Go Food* Jakarta baik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi penjualan dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat pembelian kembali konsumen *Go Food* Jakarta.

Diharapkan *Go Food* dapat memperbaiki program promosi penjualan yang diselenggarakan terutama dari adanya program undian berhadiah karena waktu program undian terlalu lama dan lebih memperhatikan kebersihan dan kerapian pengemudi *Go Food* agar konsumen merasakan kembali dan kualitas layanan menjadi lebih baik lagi.

Kata kunci : Promosi Penjualan, Kualitas Layanan, Minat Pembelian Kembali Konsumen

Kata sumber:

Kesimpulan laporan,



ABSTRACT

Monica Gracia / 2016035 / 2020 / Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan terhadap Minat Pembelian Kembali konsumen Go Food Jakarta / Dr. Ir Bilson Simamora, M.M.

The development of people's lifestyles today is changing and tends to like ordering food online that all activities are effective, fast and practical. Go Food is a feature of food delivery service provided by Go-Jek which aims to provide ease in ordering food to the community. Go Food participate in giving various kinds of promotions. Generally, consumers want a good service and quality but with an affordable price. Therefore, this research discussed about the influence of sales promotion and quality of service towards the interest of Go Food Jakarta consumers repurchase intention.

The theory used in this research was sales promotion, service quality and consumers repurchase intention. There are two types of variables in this study, which are independent variables consisting of sales promotion and consumer repurchase intention and dependent variables consisting of repurchase interest.

The object of this research is Go Food Jakarta. The research methods used are descriptive analysis and analysis of multiple linear regression. Data collection is done by sharing the questionnaires to 160 sample of Go Food customers as the response. Sampling is done by nonprobability sampling and judgement sampling technique.

Sales promotion and service quality have a positive influence on the consumers repurchase intention of Go Food Jakarta. The research showed that respondents assessed the sales promotion and the service quality of the Go Food Jakarta well. The result of this research shows that sales promotion and service quality positively affect the consumers repurchase intention of Go Food Jakarta.

It is recommended that Go Food should improve the sales promotion program which held mainly from the lucky draw program took too long and Go Food should pay more attention to the cleanliness and neatness of Go Food drivers so that consumers feel more interested and the quality of the service even better.

Keywords: sales promotion, service quality, consumers repurchase intention

KATA PENGANTAR

(C)

Segala Puji dan syukur diucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, atas terselelyaiannya skripsi dengan judul Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan terhadap minat pembelian kembali konsumen *Go Food* Jakarta.

Skripsi ini digunakan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Tujuan dibuatnya skripsi ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan dan kualitas layanan terhadap minat pembelian kembali konsumen *Food* Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari pihak yang telah memberikan kontribusi dengan baik. Pihak yang terlibat di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Dosen pembimbing bapak Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M. yang telah membantu dan mengarahkan penulis selama melakukan penyusunan laporan serta memberikan bimbingan tentang prosedur penulisan skripsi.
2. Kepala program studi jurusan Manajemen Pemasaran Ibu Rita Eka Setianingsih, S.E.,M.M. yang telah memberikan motivasi dan arahan dalam menyelesaikan skripsi
3. Seluruh dosen dan staff Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan dan arahan selama proses belajar mengajar.
4. Orang Tua dan adik yang telah memberikan doa dan dukungan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi.
5. Teman teman penulis : Michaela, Felicia Lipin, Nadia Juliastanty, Veren djunardi, Jeanifer, Yesika Inge, Sonia Irby, Cindy Victoria, Benny Putra, Sarah Azalia, Edwin Wijaya, Iwa Edward dan pihak lain yang tidak disebutkan yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan selama proses penulisan skripsi

6. Responden yang telah memberikan waktunya untuk membantu dalam pengisian kuesioner penelitian ini.

Atas kebaikan yang telah diberikan kepada semua pihak maka skripsi ini telah terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Skripsi ini memang masih jauh dari kesempurnaan, tetapi bila ada salah-salah pada penulisan. Terima kasih dan semoga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat untuk peneliti selanjutnya dan perkembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, Januari 2020

Monica Gracia

Hak cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PINGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
a. Latar Belakang Masalah	1
b. Identifikasi Masalah	7
c. Dasaran Penelitian	8
d. Rumusan Masalah	8
e. Tujuan Penelitian	8
f. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
B. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Objek penelitian	24
B. Desain Penelitian	24
C. Variabel Penelitian	26
D. Teknik Pengambilan Sampel	30
E. Teknik Pengumpulan Data	31
F. Teknik Analisis Data	32
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Objek penelitian	42
B. Uji Instrumen Penelitian	46
C. Pembahasan	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
A. Kesimpulan	69

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

a. Barang yang dengar dipakai di dalamnya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

b. Pengutipan tanpa izin IBKKG.

tanpa izin IBKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN	76

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

DAFTAR TABEL	
TABEL 3.1 Indikator Promosi Penjualan.....	26
TABEL 3.2 Indikator Kualitas Layanan.....	28
TABEL 3.3 Indikator Minat Pembelian Kembali.....	30
TABEL 3.3.1 Bobot Nilai (X1)	32
TABEL 3.3.2 Bobot Nilai (X2 dan Y)	32
TABEL 3.4 Skala Penilaian.....	37
TABEL 4.1 Uji Validitas Promosi Penjualan (X1)	46
TABEL 4.2 Uji validitas Kualitas Layanan (X2)	48
TABEL 4.3 Uji validitas Minat Pembelian Kembali (Y)	49
TABEL 4.4 Uji Reliabilitas variabel Promosi Penjualan	50
TABEL 4.5 Uji Reliabilitas variabel Kualitas Layanan	50
TABEL 4.6 Uji Reliabilitas variabel Minat Pembelian Kembali	51
TABEL 4.7 Profile responden berdasarkan jenis kelamin	51
TABEL 4.8 Profile responden berdasarkan usia	52
TABEL 4.9 Profile responden berdasarkan jenis pekerjaan.....	53
TABEL 4.10 Profile responden berdasarkan wilayah domisili	53
TABEL 4.11 Skor Rata-rata variabel Promosi Penjualan (X1).....	54
TABEL 4.12 Skor Rata-rata variabel Kualitas Layanan (X2).....	57
TABEL 4.13 Skor Rata-rata variabel Minat Pembelian Kembali (Y).....	59
TABEL 4.14 Hasil Uji normalitas	61
TABEL 4.15 Hasil Uji normalitas setelah transformasi data	61
TABEL 4.16 Hasil Uji multikolonieritas	62
TABEL 4.17 Hasil Uji heteroskedasititas	63
TABEL 4.18 Hasil Uji keberatian model (uji F)	64
TABEL 4.19 Hasil Uji model (uji t).....	65
TABEL 4.20 Hasil Uji koefisien determinasi (R^2)	66

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh tanpa izin IBIKKG.

(C) Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Pengguna Internet di Indonesia.....	2
GAMBAR 2.1 Kerangka Pemikiran.....	21
GAMBAR 4.1 Logo <i>Go Food</i>	43
GAMBAR 4.2 Tampilan Utama pada aplikasi <i>Go Food</i>	44
GAMBAR 4.3 Menu rekomendasi restoran	44
GAMBAR 4.4 Menu berdasarkan jenis makanan	45

1. Dilakukan penyebarluasan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan karya tanpa tanda tukuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

©

Hak Cipta
LAMPIRAN

INSTITUT

BISNIS

dan

INFORMATIKA

KWIK KIAN GIE

SCHOOL OF BUSINESS

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

LAMPIRAN 1	76
LAMPIRAN 2	81
LAMPIRAN 3	93
LAMPIRAN 4	99
LAMPIRAN 5	101
LAMPIRAN 6	101
LAMPIRAN 7	103

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

