

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat
Beli Ulang
(Studi Pada Konsumen McDonald's di Kota Mojokerto)**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Fitria Ramadhani
NPM. 19042010116

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat
Beli Ulang
(Studi Pada Konsumen McDonald's di Kota Mojokerto)**

Disusun Oleh:

FITRIA RAMADHANI
NPM. 19042010116

Telah disetujui untuk mengikuti ujian lisan skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat
Beli Ulang
(Studi Pada Konsumen McDonald's di Kota Mojokerto)**

Disusun Oleh:

FITRIA RAMADHANI
NPM. 19042010116

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh tim penguji skripsi
program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 28 Februari 2023**

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001


Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 19600924193032001

2. Sekretaris


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

3. Anggota


Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERTANYAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitria Ramadhani
NPM : 19042010116
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi :

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat
Beli Ulang**

(Studi Pada Konsumen McDonald's di kota Mojokerto)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata I di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku
3. Jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya, atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 28 Februari 2023

Yang membuat pernyataan



METERAI
TEMPIL
10000
BF7AKX261813597

Fitria Ramadhani
NPM. 19042010116

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen McDonald’s di Kota Mojokerto)”**. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan, baik dari segi teknis maupun dalam segi penyusunannya. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis terbuka menerima kritik dan saran yang bersifat membangun untuk skripsi ini.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti menemui berbagai kesulitan dan hambatan, namun syukur Alhamdulillah semuanya dapat penulis lewati dengan baik. Selesaiannya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dari Bapak Dr. Nurhadi, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Dalam menyelesaikan skripsi ini, tidak akan berjalan dengan lancar tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.A. selaku koordinator Program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua orang tua, adik, serta seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan, do’a dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabat penulis layo ya, duguk, ngags, ngugsnyang memberikan dukungan mental yang baik serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman yang selalu memberi dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Harapan penulis untuk skripsi ini, semoga bisa bermanfaat bagi semua pihak. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan pembaca skripsi ini.

Surabaya, Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
ABSTRAK	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Landasan Teori.....	20
2.2.1 Pemasaran	20
2.2.2 Citra Merek	23
2.2.3 Kualitas Pelayanan.....	30
2.2.4 Promosi	37
2.2.5 Minat Beli Ulang	44
2.2.6 Hubungan Antar Variabel.....	48
2.3 Kerangka Berpikir	51
2.4 Hipotesis.....	52
BAB III METODE PENELITIAN	54
3.1 Jenis Penelitian	54
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	54
3.2.1 Definisi Operasional.....	54
3.2.2 Pengukuran Variabel	57
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	58
3.3.1 Populasi	58
3.3.2 Sampel	58
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	59
3.4 Pengumpulan Data	59
3.4.1 Jenis Data	59
3.4.2 Sumber Data	60
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data	60
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	61
3.5.1 Uji Validitas	61
3.5.2 Uji Reabilitas.....	62
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	63
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda	66
3.5.5 Uji Hipotesis	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Gambaran Umum dan Penyajian Data.....	71
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	71
4.1.2 Penyajian Data.....	80
4.2 Analisis data dan Pengujian Hipotesis.....	89

4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	89
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	92
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	97
4.2.4 Pengujian Hipotesis	100
4.3 Pembahasan	105
4.3.1 Pengaruh Citra merek, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang	105
4.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang	106
4.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang	107
4.3.4 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Ulang	108
4.3.5 Matriks Hasil Peneliat	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	112
5.1 Kesimpulan.....	112
5.2 Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN.....	122

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pilihan Kategori Tempat Makan Oleh masyarakat Indonesia	7
Tabel 1.2 restoran Cepat Saji Terfavorit di Indonesia	9
Tabel 1.3 Negara Dengan gerai McDonald's terbanyak di Asia	11
Tabel 4.1 Klasifikasi responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	81
Tabel 4.3 Klasifikasi responden Berdasarkan Pekerjaan	82
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Pengalaman Transaksi Pembelian	83
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Citra Merek (n=120)	84
Tabel 4.6 Deskripsi Kualitas Pelayanan.....	86
Tabel 4.7 Deskripsi Promosi	87
Tabel 4.8 Deskripsi Minat Beli Ulang	88
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1).....	90
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)	90
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Promosi (X3).....	90
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Minat Beli Ulang (Y)	91
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	91
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	93
Tabel 4.15 Uji Multikolinieritas.....	95
Tabel 4.16 Uji Auto Korelasi	96
Tabel 4.17 Analisis Regresi Linier Berganda	97
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi.....	99
Tabel 4.19 Uji F	102
Tabel 4.20 Uji t	103
Tabel 4.21 Matriks Penelitian	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian	53
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	68
Gambar 3.2 Kurva Uji t.....	70
Gambar 4.1 Logo McDonald's	72
Gambar 4.2 Susunan Organisasi McDonald's	74
Gambar 4.3 Grafik Uji Normalitas.....	94
Gambar 4.4 Uji heteroskedasitas	95
Gambar 4.5 Kurva Penolakan H0	107

ABSTRAK

FITRIA RAMADHANI, 19042010116, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen McDonald's Kota Mojokerto)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat beli ulang konsumen di McDonald's Kota Mojokerto. jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, populasi pada penelitian ini adalah konsumen McDonald's Kota Mojokerto dengan minimal transaksi 2 kali, sampel penelitian ini terdapat 120 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui elektronik kuesioner dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dan pengolahan data menggunakan SPSS. Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas berpengaruh positif terhadap minat beli ulang. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan Uji F, menunjukkan nilai F Hitung sebesar 60,200. Karena nilai F Hitung $60,200 > F$ Tabel 2,68. Maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara simultan variabel Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Promosi mempengaruhi Minat beli Ulang. Secara parsial ketiga variabel berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, namun diketahui nilai Sig. untuk pengaruh citra merek terhadap minat beli ulang adalah sebesar $0,172 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,375 < t_{tabel} 1.98063$, artinya secara parsial Citra Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang. Sementara variabel kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Promosi

ABSTRACT

FITRIA RAMADHANI, 19042010116, *The Effect of Brand Image, Service Quality and Promotion on Repurchase Intention (Study on McDonald's Consumers in Mojokerto City)*

This study aims to analyze the effect of brand image, service quality and promotion on consumer repurchase intention at McDonald's in Mojokerto City. This type of research is quantitative research, the population in this study is McDonald's consumers in Mojokerto City with a minimum of 2 transactions, the sample of this study is 120 respondents. The data collection technique was carried out through an electric questionnaire with data analysis techniques using multiple linear regression and data processing using SPSS. The results of the linear regression analysis show that the three independent variables have a positive effect on repurchase intention. Based on the results of research using the F test, it shows that the calculated F value is 60.200. Because the F Count value is $60.200 > F$ Table 2.68. So as the basis for decision making in the F test it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted. This means that simultaneously the variables Brand Image, Service Quality and Promotion affect Repurchase Intention. Partially the three variables have a positive effect on repurchase intention, but it is known that the Sig. for the effect of brand image on repurchase intention is $0.172 > 0.05$ and t value $1.375 < t$ table 1.98063, meaning that partially Brand Image does not have a significant effect on Repurchase Intention. Meanwhile, service quality and promotion variables have a significant effect on repurchase intention.

Keywords: Brand Image, Service Quality, Promotion