

**PENGARUH KINERJA PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG
PRODUK BETON PRACETAK**

(Studi pada PT. SCG Pipe and Precast Indonesia)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana
Jakarta



Nama : Sri Sulastri

NIM : 43115120181

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sri Sulastri

NIM : 43115120181

Program studi : SI Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (Penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 5 - Oktober - 2020



Sri Sulastri

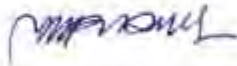
43115120181

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sri Sulastri
NIM : 43115120181
Program studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kinerja Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Beton Pracetak (Studi pada PT. SCG Pipe and Precast Indonesia)
Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh:

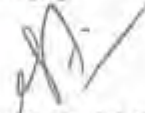
Pembimbing



Dr. Tafiprios, M.M

Tanggal :

Ketua Penguji



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal : 08 - October - 2020

Dekan



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si, CA

Tanggal : 08 October - 2020

Ketua Program Studi

S1 Manajemen



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal: 08 - October - 2020

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah kinerja produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh terhadap minat pembelian ulang pada PT. SCG Pipe and Precast Indonesia. Objek penelitian ini adalah pelanggan yang sudah pernah melakukan pembelian ulang pada tahun 2014 – 2018 dengan nilai penjualan di atas 200 juta rupiah per tahun di wilayah Jakarta dan sekitarnya. Penelitian ini dilakukan terhadap 67 responden dengan teknik survei dengan menggunakan alat penyebaran kuisioner. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Instrumen data menggunakan metode SEM software SmartPLS versi 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable Kinerja Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang, variable Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang dan variable promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang.

Kata Kunci : Kinerja Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi, Minat Pembelian Ulang.



ABSTRACT

The purpose of this study was to examine whether product performance, service quality and promotion affect to the repurchase intention at PT. SCG Pipe and Precast Indonesia. The object of this research is customers who have repeat order during year 2014 – 2018, with value of sales more than 200 million rupiah per year at Jakarta and its surroundings. This research was conducted on 67 respondents with survey techniques using questionnaire distribution tools. This type of research is causal quantitative. The data instrument uses the SEM method of SmartPLS software version 3.0. The results of this study indicate that the *Product Performance* variable has a positive and significant effect on *Repurchase Intention*, the variable *service quality* has a positive and significant effect on *Repurchase Intention*, and the *promotion* variable has a positive and significant effect on *Repurchase Intention*.

Keywords: *Product Performance, Service Quality, Promotion, Repurchase Intention.*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul "**Pengaruh Kinerja Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Beton Pracetak**" (Studi pada **PT. SCG Pipe and Precast Indonesia**) ini dapat di selesaikan guna untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh Karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
4. Bapak Dr. Tafiprios, M.M., selaku Dosen Pembimbing. Terimakasih atas segala bimbingan dan arahan, ilmu-ilmu, saran, waktu, semangat, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.

5. Segenap dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, terima kasih atas bimbingan dan bantuannya selama proses perkuliahan di UMB.
6. Seluruh teman-teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana angkatan 2015 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
7. Khun Narongsak Tuntithanakij dan Khun Panya Khongthong, selaku President Director PT. SCG Pipe and Precast Indonesia yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Perusahaan yang beliau pimpin, serta Konsumen PT. SCG Pipe and Precast Indonesia yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
8. Keluarga tercinta, Ibunda Paryati, Suami tercinta Taruna, dan anak-anak tersayang Lintang Nawangsasih dan Sakina Cahya Kinasih yang senantiasa memberikan dukungan secara moril kepada penulis.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini.

Akhir kata, semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, September 2020

Sri Sulastri



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	15
1. Tujuan Penelitian	15
2. Kontribusi Penelitian	15
BAB II	17
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
A. Kajian Pustaka	17
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	17
2. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	19
a. Unsur-unsur Bauran Pemasaran	20
3. Kualitas Produk	28
a. Pengertian Kualitas Produk	28
b. Dimensi Kualitas Produk	29

4. Pelayanan (<i>service</i>).....	30
a. Pengertian Pelayanan.....	30
b. Dimensi Kualitas Layanan	33
5. <i>Repurchase Intention</i> (minat pembelian ulang).....	39
a. Pengertian <i>Repurchase Intention</i>	39
b. Dimensi dan Indikator <i>Repurchase Intention</i>	40
B. Penelitian Terdahulu	43
C. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	47
1) Hubungan antara Kinerja Produk dengan minat pembelian ulang	47
2) Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan minat pembelian ulang	48
3) Hubungan antara Promosi dengan minat pembelian ulang.....	49
D. Rerangka Pemikiran.....	50
E. Perumusan Hipotesis	51
BAB III	52
METODE PENELITIAN.....	52
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	52
B. Desain Penelitian	52
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	53
a. Definisi Variabel	53
b. Operasionalisasi Variabel.....	54
D. Skala Pengukuran	58
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	58
a. Populasi Penelitian	58
b. Sampel Penelitian.....	59
F. Teknik pengumpulan Data.....	60
a. Data Primer.....	60
b. Data Sekunder	61
G. Metode Analisis Data	61
a. Evaluasi <i>Measurement (outer) Model</i>	62
b. Evaluasi <i>Measurement (Inner) Model</i>	64

BAB IV	65
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
A. Gambara Umum Objek Penelitian	65
B. Analisis Deskriptif	67
1. Karakteristik Responden	67
2. Deskriptif Jawaban Responden	71
C. Hasil Uji Kualitas Data	77
1. Evaluasi <i>Measurement (outer) Model</i>	77
2. Evaluasi <i>Measurement (inner) Model</i>	85
D. Pembahasan Hasil Penelitian	89
1. Pengaruh Kinerja Produk terhadap minat pembelian ulang	89
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap minat pembelian ulang	90
3. Pengaruh Promosi terhadap minat pembelian ulang	91
BAB V	93
SIMPULAN DAN SARAN	93
A. Simpulan	93
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	98

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pencapaian Pembangunan Infrastruktur Indonesia	2
Tabel 1.2	Jumlah Anggaran Belanja Insfrastuktur Indonesia	4
Tabel 1.3	Daftar Pabrik Beton Pracetak di Jawa Barat	5
Tabel 1.4	Data Penjualan Beton Pracetak Jakarta	6
Tabel 1.5	Data Pembelian ulang Beton Pracetak Jakarta.....	7
Tabel 1.6	Data Penjualan Beton Pracetak Surabaya	7
Tabel 1.7	Data Pembelian ulang Beton Pracetak Surabaya.....	8
Tabel 1.8	Kuisisioner Prasurvei	12
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel 3.1	Operasional Variable Kinerja Produk	55
Tabel 3.2	Operasional Variable Kualitas Pelayanan	56
Tabel 3.3	Operasional Variable Promosi	57
Tabel 3.4	Operasional Variable Minat Pembelian Ulang	57
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan	68
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pembelian	69
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerjasama	70
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Perusahaan	70
Tabel 4.6	Deskripsi Jawaban kuisisioner variable Kinerja Produk	71
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban kuisisioner variable Kualitas Pelayanan	73

Tabel 4.8	Deskripsi Jawaban kuisisioner variable Promosi	75
Tabel 4.9	Deskripsi Jawaban kuisisioner variable Minat Pembelian Ulang	76
Tabel 4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	78
Tabel 4.11	Hasil pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i>	81
Tabel 4.12	Hasil pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	83
Tabel 4.13	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)</i> ..	84
Tabel 4.14	Hasil Pengujian <i>Composite Reability dan Cronbach's Alpha</i>	85
Tabel 4.15	Nilai R2 Variable Endogen	85
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Hipotesis	87



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Produk-Produk Hasil Produksi PT. SCG Pipe and Precast	9
Gambar 2.1	Model Kesetiaan Konsumen Dua Dimensi.....	42
Gambar 2.2	Rerangka Pemikiran.....	51
Gambar 4.1	Hasil Algoritma PLS	80
Gambar 4.2	Hasil Uji Bootstrapping	88



DAFTAR LAMPIRAN

1.	Kuisisioner Penelitian	98
2.	Hasil Kuisisioner	104
3.	Hasil Output <i>Partial Least Square</i> (PLS)	112

