

**PENGARUH KUALITAS PRODUK PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP NIAT BELI ULANG PELANGGAN OHANA CAFE KOTA
SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk memenuhi syarat
guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank Semarang



Oleh :

Ulya fidayanti

17.05.51.0073

S1-Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK
SEMARANG
2021**

PERNYATAAN KESIAPAN UJIAN AKHIR

Saya ULYA FIDAYANTI, dengan ini menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir yang berjudul :

:PENGARUH KUALITAS PRODUK PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP NIAT BELI ULANG PELANGGAN OHANA CAFE KOTA SEMARANG

adalah benar hasil karya saya dan belum pernah diajukan sebagai karya ilmiah sebagian atau seluruhnya atau pihak lain.

ULYA FIDAYANTI
17.05.51.0073

Disetujui Oleh Pembimbing

Kami setuju laporan tersebut diajukan untuk Ujian Tugas Akhir Semarang, 09
Agustus 2021

Dr. ENDANG TJAHHANINGSIH, SE., M.Kom
Pembimbing



Dokumen ini diterbitkan secara elektronik.
Disertai QRCode untuk validasi.

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul
**PENGARUH KUALITAS PRODUK PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP NIAT
BELI ULANG PELANGGAN OHANA CAFE KOTA SEMARANG**

Ditulis oleh

NIM : **17.05.51.0073**

Nama : **ULYA FIDAYANTI**

Telah dipertahankan di depan Tim Dosen Penguji Tugas Akhir dan diterima sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan Jenjang Program S1 Program Studi pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.

Semarang, 07-10-2021

Ketua



(ENDANG TJAHHANINGSIH, Dr., S.E, M.Kom)

NIDN. 0622056601

Sekretaris



(Prof. Dr. M.S. ERIC SANTOSO, MBA)

NIDN. 0008105210

Anggota



(ALI MASKUR, SE., M.KOM)

NIDN. 0618076401

Mengetahui,
Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Dekan



(EUIS SOLIHA, Dr., S.E., M.Si)

NIDN. 0027037101



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan Digisign Unisbank. Untuk memastikan keasliannya, silahkan scan QRCode dan pastikan diarahkan ke alamat <https://digisign.unisbank.ac.id>

1/1

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR/ SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa TUGAS AKHIR / SKRIPSI dengan Judul :
:PENGARUH KUALITAS PRODUK PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP NIAT BELI ULANG PELANGGAN OHANA CAFE KOTA SEMARANG

yang telah diuji di depan tim penguji pada tanggal 19-08-2021, adalah benar hasil karya saya dan dalam TUGAS AKHIR /SKRIPSI ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik TUGAS AKHIR / SKRIPSI yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri.

Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang batal saya terima.

Semarang, 19-08-2021

Yang Menyatakan



(ULYA FIDAYANTI)
NIM. 17.05.51.0073

SAKSI 1
Tim Penguji



(ENDANG TJAHJANINGSIH, Dr., S.E., M.Kom)

SAKSI 2
Tim Penguji



(Prof. Dr. M.S. ERIC SANTOSO, MBA)

SAKSI 3
Tim Penguji



(ALI MASKUR, SE., M.KOM)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada :

1. Ibu dan bapak saya yang senantiasa memberikan dukungan, selalu memberikan doa dan harapan, terimakasih atas semua pengorbanan dan kesabaran dalam mendidik saya.
2. Keluarga besar saya yang selalu mendoakan agar cepat lulus.
3. Pasangan saya Ilham Bachtiar Adi Pratama, S.Pd., yang selalu mensupport untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Sahabat setia saya Linda Artha Bintari yang selalu membantu dan memotivasi saya agar cepat lulus.
5. Teman saya bella, sofia, ayu, irima, kintan, dan teman-teman HMPS Manajemen 2018-2019 serta teman-teman manajemen UNISBANK angkatan 2017, peneliti mengucapkan terimakasih telah memberikan dorongan, ilmu motivasi, dan hiburan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

MOTTO

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya (Al Baqarah:
286)

Learn from the past, Live for the today, and plan for tomorrow Unknown

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh, Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT karena rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Niat Beli Ulang Ohana Cafe Kota Semarang*. Skripsi ini merupakan mata kuliah wajib yang harus ditempuh dalam rangka menyelesaikan pendidikan Sarjana (S-1) di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan hasil penelitian skripsi ini, penulis tidak luput dari kesalahan, kesalahan tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Safik Faozi, SH., M.Hum selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
2. Ibu Dr. Euis Soliha, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
3. Ibu Sri Sudarsi, S.E, M.Si selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
4. Ibu Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E, M.Kom selaku dosen pembimbing yang memberikan bimbingan, nasehat, dan arahan kepada peneliti.
5. Ibu dan bapak di rumah yang selalu memberikan doa, inspirasi, dukungan, doa, dan finansial kepada peneliti sehingga skripsi ini berjalan dengan baik.
6. Serta pasangan, teman-teman dan sahabat tercinta yang memberikan semangat dalam menyusun skripsi.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan dan informasi dan wacana bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 06 Agustus 2021

Penulis Ulya

Fidayanti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Batasan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KAJIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1 Pengertian Kualitas Produk.....	10
2.1.2 Pengertian Persepsi Harga	15
2.1.3 Pengertian Promosi	16
2.1.4 Pengertian Niat beli ulang.....	18
2.2 Penelitian Empiris/Terdahulu	20
2.3 Pengembangan Hipotesis	23
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Ulang	23
2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Ulang	23
2.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Niat Beli Ulang	24
2.4 Model Penelitian Empiris	24
2.4.1 Model Grafis	25

BAB III METODE DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	26
3.2 Populasi dan Sampel.....	26
3.2.1 Populasi.....	26
3.2.2 Sampel.....	26
3.3 Metode Pengumpulan	28
3.3.1 Data Premier	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data	28
3.5 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	29
3.5.1 Definisi Konsep.....	29
3.5.2 Definisi Operasional	29
3.6 Uji Instrumen	32
3.6.1 Uji Validitas	32
3.6.2 Uji Reliabilitas	33
3.7 Uji Goodness of Fit.....	33
3.7.1 Uji Signifikan Simultan	33
3.7.2 Uji Koefisien Determinan	33
3.8 Metode Analisis Data.....	34
3.8.1 Analisis Regresi Linier.....	34
3.8.2 Uji Hipotesis	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Diskripsi Responden.....	35
4.1.1 Deskriptif Responden Berdasarkan Identitas Responden	35
4.2 Deskriptif Variabel Penelitian	37
4.2.1 Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	37
4.2.2 Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	37
4.2.3 Deskriptif Variabel Promosi	38
4.2.4 Deskriptif Variabel Niat Beli Ulang	39
4.3 Uji Instrument.....	40
4.3.1 Uji Validitas	40
4.3.2 Uji Reliabilitas	41

4.4 Hail Uji Goodness Of Fit	42
4.4.1 Uji F	42
4.4.2 Uji Koefisien Determinasi	42
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	43
4.6 Pengujian Hipotesis	44
4.6.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	44
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	44
4.6.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	44
4.7 Pembahasan.....	45
4.7.1 Hasil Kualitas Produk berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Niat Beli Ulang.....	45
4.7.2 Hasil Presepsi Harga berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Niat Beli Ulang.....	46
4.7.3 Hasil Promosi Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Niat Beli Ulang.....	47
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran	49
5.3 Implikasi	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR GAMBAR

Tabel 1.1 Rata-rata pengunjung cafe ohana.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	53
Lampiran 2. Tabulasi Tanggapan Responden.....	65
Lampiran 3 Deskripsi Variabel	74
Lampiran 4 Uji Validitas	76
Lampiran 5. Hasil Output Uji Reliabilitas	81
Lampiran 6. Uji Regresi Linier Berganda.....	82
Lampiran 7 Bebas Plagiarisme Turnitin	91
Lampiran 8 Lembar Bimbingan	94
Lampiran 9 Berita Acara revisi	96