

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KEPUASAN PELANGGAN
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PEMBELIAN ULANG
PADA APLIKASI BELANJA
ONLINE BUKALAPAK
(Studi Kasus Di Sukoharjo)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

MUSYafa FANDRA KURNIAWAN
B 100150068

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 717417, Fax. 715448 Surakarta 57102

Website: <http://www.ums.ac.id> Email: Ums@ums.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini pembimbing skripsi tugas akhir.

Nama : Dra. Wuryaningsih DL, M.M.

Telah membaca dan mencermati skripsi dengan judul:

Analisis Pengaruh Promosi, Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Pada Aplikasi Belanja Online Bukalapak (Studi Kasus Di Sukoharjo)

Oleh:

MUSYAFI FANDRA KURNIAWAN

B 100 150 068

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Oktober 2019

Pembimbing

Dra. Wuryaningsih DL, M.M.

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

Analisis Pengaruh Promosi, Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Pada Aplikasi Belanja Online Bukalapak (Studi Kasus Di Sukoharjo)

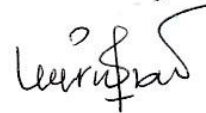
Yang ditulis oleh:

MUSYAFA FANDRA KURNIAWAN

B 100 150 068

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 18 November 2019
Pembimbing



(Dra. Wuryaningsih DL, M.M.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Syamsudin, S.E, M.M.)



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **MUSYafa FANDRA KURNIAWAN**
NIRM : **B 100 150 068**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Promosi, Kepuasan Pelanggan
Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang
Pada Aplikasi Belanja Online Bukalapak (Studi
Kasus Di Sukoharjo)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 18 November 2019

Yang Membuat Pernyataan,

Musyafa Fandra Kurniawan

MOTTO

تُكذِّبَانِ رَبُّكُمَا آلَاءِ فَبِأَيِّ

“Maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan”

(QS Ar Rahman 13)

“Do not grieve over what has passed unless it makes you work harder for what is about to come.”

(Umar ibn Khattab)

“Teruslah berbuat baik meski itu melelahkan, karena lelahnya nanti akan hilang, sedangkan pahalanya akan terus ada.”

(Ust. Hannan Attaki, LC)

“Tetap semangat arungi luasnya samudera kehidupan dengan senyum, sabar, usaha, doa dan ibadah. Karena ikhtiarmu sekarang yang akan menentukan kesuksesanmu di masa depan”

(Musyafa Fandra Kurniawan)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan untuk:

- Allah SWT, atas segala karunia, rezeki, rahmat, hidayah, serta inayah-Nya sehingga penulis dapat mengerjakan penelitian ini secara maksimal dan terselesaikan dengan baik.
- Bapak Harjono Purwanto dan Ibu Nanik Tri Pujihastuti tercinta yang selalu sabar, tulus dan juga ikhlas dalam memberikan semangat, dukungan, dan berbagai nasehat serta selalu mengusahakan segalanya demi penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik walau berbagai halangan terus datang silih berganti.
- Kakakku tersayang Audia Zulfa Puspasari yang selalu menghibur dan selalu memberikan semangat tiada henti.
- Ibu Wuryaningsih selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, ilmu, dan kesabaran dalam membimbing penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
- Sahabat-sahabatku (Adi, Andi, Halim, Reno, Dimas, Joko, Rochman, Farchan) dan juga sahabat terdekat penulis Sukmadewi Kusumaningrum yang telah bersedia memberikan semangat, motivasi, doa dan juga berbagi ilmu ketika penulis mengalami kesulitan dalam menyelesaikan penelitian ini.
- Tidak lupa juga penulis ucapkan terimakasih kepada teman-teman yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu.

- Almamater UMS serta berbagai pihak yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah promosi, kepuasan pelanggan dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang pada aplikasi belanja online Bukalapak. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bertempat tinggal di Sukoharjo dan pernah melakukan pembelian produk melalui aplikasi toko online. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan mengambil 111 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui studi lapangan berupa kuesioner secara personal. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini memiliki beberapa temuan, pertama yaitu promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, yang kedua yaitu kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang dan yang ketiga yaitu kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pembelian ulang.

Kata kunci: Promosi, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, Pembelian Ulang..

ABTRACT

This study aims to determine whether promotion, customer satisfaction and product quality influence the repurchase decision on the Bukalapak online shopping application. The sample in this study was the people who resided in Sukoharjo and had purchased products through an online store application. The sampling technique used in this study was purposive sampling by taking 111 respondents. Data collection methods used are through field studies in the form of personal questionnaires. The analytical tool used in this study is multiple linear regression. The results obtained from this study have several findings, the first is the promotion has a positive and insignificant effect on repurchase decisions, second, customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase and third, product quality has a positive and insignificant effect on repurchase.

Keywords: Promotion, Customer Satisfaction, Product Quality, Repurchase Decision.

KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Assalamu'alaikum wr wb.

Alhamdulillahirobbil'aalamiin segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis Pengaruh Promosi, Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Pada Aplikasi Belanja Online Di Bukalapak (Studi Kasus Di Sukoharjo)”. Tidak lupa sholawat beserta salam kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang akan kita nantikan syafaatnya di yaumul qiyamah kelak.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Sofyan Anif, M.Si. selaku Dekan Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ibu Dra Wuryaningsih DL, M.M. selaku pembimbing yang dengan sabar telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dra. Mabruroh, M.M. selaku pembimbing akademik penulis.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan khususnya Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah rela membimbing serta membagikan ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.

7. Orang tua tercinta yang selalu memberikan kasih sayang tak terhingga dan tiada bosan memberikan dukungan serta tak pernah bosan mendoakan dan menasehati demi keberhasilan penulis dan tidak lupa juga adik-adik penulis yang memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak terlibat yang tidak bisa penulis sebut satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian skripsi ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Surakarta, Oktober 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Pemasaran	7
2. Pembelian Ulang	8
3. Promosi.....	11
4. Kepuasan Pelanggan.....	13

5. Kualitas Produk	15
B. Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis	17
C. Kerangka Pemikiran.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Jenis Penelitian.....	20
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	20
1. Variabel Dependen	20
2. Variabel Independen	21
C. Data dan Sumber Data	22
1. Data Primer	22
2. Data Sekunder.....	23
D. Metode Pengumpulan Data.....	23
E. Desain Pengambilan Sampel.....	24
1. Populasi dan Sampel.....	24
2. Teknik Sampling.....	25
F. Uji Instrumen Penelitian	25
1. Uji Validitas.....	25
2. Uji Reliabilitas	26
G. Analisis Data	26
1. Uji Asumsi Klasik.....	26
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	28
3. Uji Ketepatan Model Penduga (<i>Goodness of Fit</i>).....	28
4. Uji Hipotesis (<i>t test</i>).....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	30
B. Deskriptif Statistik.....	30
1. Analisis Deskriptif	30

2. Deskripsi Responden	31
C. Uji Instrumen.....	34
1. Uji Validitas.....	35
2. Uji Reliabilitas	37
D. Uji Asumsi Klasik	38
1. Uji Normalitas	38
2. Uji Multikolinearitas.....	38
3. Uji Heteroskedastisitas	39
E. Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
F. Uji Ketepatan Model Penduga (<i>Goodness of Fit</i>)	41
1. Uji F (<i>F test</i>)	41
2. Uji Koefisien Determinasi	42
G. Uji Hipotesis (<i>t test</i>).....	43
H. Pembahasan	44
 BAB V PENUTUP.....	 49
A. Kesimpulan.....	49
B. Keterbatasan Penelitian	50
C. Saran	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin	31
Tabel 4.2. Usia Responden.....	32
Tabel 4.3. Pekerjaan Responden	32
Tabel 4.4. Deskripsi Responden Menurut Frekuensi Pembelian	33
Tabel 4.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Tipe Produk Yang Disukai....	34
Tabel 4.6. Uji Validitas Variabel Promosi (X_1)	35
Tabel 4.7. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X_2)	35
Tabel 4.8. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_3).....	36
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Ulang (Y).....	36
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.11. Hasil Uji Normalitas	38
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinearitas.....	39
Tabel 4.13. Hasil Uji Heteroskedastisitas	39
Tabel 4.14. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	40

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Proses Pembelian Lima Tahap	9
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran.....	19

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Penelitian
- Lampiran 3. Deskripsi Responden
- Lampiran 4. Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6. Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 7. Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8. Tabel r Product Moment