

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS LAYANAN, DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA
KOPI NJONGKE YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Diajukan oleh:

Kelvin Zulvani

NIM 111801175

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA KOPI
NJONGKE YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan oleh:

Kelvin Zulvani

NIM 111801175

Yogyakarta, 27 Mei 2024

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing,



Dr. Yunita Anggarini, M.Si./Dra. Ralina Transistari, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN

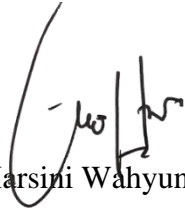
PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA KOPI NJONGKE YOGYAKARTA

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji
Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal: 24 Juni 2024

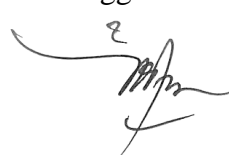
Yang terdiri atas:

Ketua



Dra. Tri Harsini Wahyuningsih, M.Si.

Anggota



Dra. Ralina Transistari, M.Si.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: “Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang pada Kopi Njongke Yogyakarta” dan diajukan untuk diuji pada tanggal 24 Juni 2024 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari peneliti lain, yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penelitiannya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyain atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 24 Juni 2024



Kelvin Zulvani

Saksi I, sebagai pembimbing skripsi merangkap anggota tim penguji skripsi

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Ralina Transistari'.

Dra. Ralina Transistari, M.Si.

Saksi 2, sebagai ketua tim penguji skripsi

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Tri Harsini Wahyuningsih'.

Dra. Tri Harsini Wahyuningsih, M.Si.

MOTTO

“Hiduplah seakan kamu mati besok, belajarlh seakan kamu hidup selamanya”

-Mahatma Ghandi-

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat dan rahmat-Nya peneliti mampu menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang pada Kopi Njongke Yogyakarta”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana di STIM YKPN Yogyakarta. Peneliti menyadari bahwa dalam proses penelitian skripsi ini banyak mengalami hambatan dan kendala, namun berkat bantuan dan bimbingan, hambatan dan kendala yang dihadapi dapat teratasi. Keberhasilan dalam penelitian Skripsi ini tidak lepas dari dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kopi Njongke Yogyakarta yang telah menyediakan waktu dan tempat untuk pelaksanaan penelitian.
2. Bapak Dr. Suparmono, M.Si selaku Ketua STIM YKPN Yogyakarta.
3. Ibu Dra. Ralina Transistari, M.Si selaku dosen pembimbing dalam penelitian skripsi.
4. Seluruh karyawan Kopi Njongke Yogyakarta, yang telah memberikan saran, nasehat, dan bantuan dalam penelitian.
5. Seluruh dosen dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta yang telah mendidik dan memberikan pelayanan yang kepada peneliti.

6. Orang tua yang selalu mendukung dan mendoakan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Teman-teman sebimbingan yang mau belajar dan berjuang bersama dan bertukar ilmu selama masa bimbingan.
8. Teman-teman mahasiswa angkatan 2018 yang sama-sama berjuang setiap hari dan melewati masa-masa di bangku kuliah dengan ceritanya.
9. Berbagai pihak lain yang telah memberikan bantuan sehingga memperlancar peneliti dalam kegiatan dan penelitian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

ABSTRAK

Bisnis kuliner atau *food & beverage* menjadi ladang bisnis yang menarik minat banyak orang, karena keuntungan yang didapatkan termasuk besar. Selain itu, makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok bagi semua orang sehingga peluang bisnis sangat terbuka. Perkembangan bisnis *food & beverage* di Indonesia semakin meningkat dari tahun ketahun. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh promosi penjualan, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan terhadap niat beli ulang pada Kopi Njongke Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung dan membeli dengan niat membeli ulang produk di Kopi Njongke Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan jumlah sampel paling bawah yang digunakan dalam penelitian ini adalah $10 \times 14 = 140$ responden. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan Program *IBM SPSS Statistics 25*. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel promosi penjualan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang, variabel kualitas layanan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang, variabel kepuasan pelanggan (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang.

Kata kunci: Promosi Penjualan, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Niat Beli Ulang

ABSTRACT

The culinary or food & beverage business is a business field that attracts the interest of many people, because the profits obtained are quite large. Apart from that, food and drink are basic needs for everyone so business opportunities are very open. The development of the food & beverage business in Indonesia is increasing from year to year. The aim of this research is to analyze the influence of sales promotions, service quality and customer satisfaction on repeat purchase intentions at Kopi Njongke Yogyakarta. The samples in this research were consumers who had visited and purchased with the intention of repurchasing products at Kopi Njongke Yogyakarta. The sampling technique used in this research is Non Probability Sampling with the lowest sample size used in this research being $10 \times 14 = 140$ respondents. Data analysis uses multiple linear regression analysis using the IBM SPSS Statistics 25 program. The results of the analysis show that the sales promotion variable (X1) has a positive and significant influence on repurchase intention, the service quality variable (X2) has a positive and significant influence on repurchase intention, the customer satisfaction variable (X3) has a positive and significant influence on repurchase intentions.

Keywords: *Sales Promotion, Service Quality, Customer Satisfaction, Repurchase Intentions*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	II
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	III
MOTTO	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAK	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat penelitian	7
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Perumusan Hipotesis	18
2.4 Kerangka Penelitian	21
BAB III.....	22
METODE PENELITIAN	22
3.1 Definisi Konsep.....	22
3.2 Definisi Operasional.....	23
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	26
3.4 Objek dan Subjek Penelitian	26
3.5 Metode Pengambilan Sampel.....	27
3.6 Metode Pengumpulan Data	28
3.7 Metode Analisis Data	28

BAB IV	33
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA	33
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	33
4.1.1 Sejarah dan Profil Kopi Njongke Yogyakarta	33
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	34
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	34
4.2 Analisis Data	37
4.2.1 Karakteristik Responden	37
4.2.2 Uji Instrumen	37
4.2.3 Uji Asumsi Dasar (Uji Normalitas)	39
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	40
4.2.5 Analisis Data (Analisis Regresi Linear Berganda)	41
4.2.6 Uji F	43
4.2.7 Uji Hipotesis (Uji t)	43
4.2.8 Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	44
4.3 Pembahasan	45
BAB V	48
KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Perkembangan Wisata Kuliner di DIY.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	37
Tabel 4 4 Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 4 .5 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas	40
Tabel 4 .7 Hasil Uji Multikolinearitas	40
Tabel 4 .8 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	41
Tabel 4 .9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	41
Tabel 4. 10 Hasil Uji t.....	43
Tabel 4 .11 Hasil Koefisien Determinasi (Adjusted R²)	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 .1 Kerangka Penelitian	21
Gambar 4. 1 Struktur Organisai	35