

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KEMBALI (*REVISIT*)
(Studi Pada Konsumen Minuman Bersoda Coca-Cola di Kabupaten Bekasi)**

SKRIPSI



**OLEH:
RAIHAN HAKIM SURYANEGARA
NIM: 112011374**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KEMBALI (*REVISIT*)
(Studi Pada Konsumen Minuman Bersoda Coca-Cola di Kabupaten Bekasi)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



OLEH:
RAIHAN HAKIM SURYANEGARA
NIM: 112011374

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Raihan Hakim Suryanegara
NIM : 112011374
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (*Revisit*) (Studi pada konsumen minuman bersoda di kabupaten Bekasi)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk menguji ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 18 Juni 2024

Pembimbing,



Dr. Pupung Purnamasari., SE., M.M

NIDN: 0409037205

SKRIPSI

***PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMBALI (REVISIT)
(Studi Pada Konsumen Minuman Bersoda Coca-Cola di Kabupaten Bekasi)***

Dipersiapkan dan disusun oleh:
Raihan Hakim Suryanegara
112011374

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Sabtu, tanggal 20, bulan Juli, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji,
Dr. Hj. Surya Bintarti, S.E., M.M
NIDN: 0423107203

Tanda Tangan



Anggota Penguji
Dr. Suryanti, S.E., M.M
NIDN: 0412046503

Tanda Tangan



Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Yunita Ramadhani RDS., S.E., M.Sc
NIDN: 0406068402



Dr. Preatmi Nurastuti., S.E., M.M
NIDN: 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raihan Hakim Suryanegara
NIM : 112011374
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 18 Juni 2024
Tanda tangan


Raihan Hakim Suryanegara

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Orang bodoh lebih mudah bahagia dengan kebodohnya.”

“Sebutlah namaNya, Tetap di jalanNya, Kelak kau mengingat, Kau akan teringat”
(Perunggu – 33x)

" Hidup tidak akan terlalu buruk, kalau kamu banyak memiliki keberuntungan,
fisik yang bagus, dan tidak terlalu banyak berimajinasi”
(Christopher Isherwood)

Dengan penuh rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dan juga sholawat serta salam tak lupa penulis curahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan cahaya dalam kehidupan di dunia ini, semoga syaafa'at Beliau selalu menyertai penulis, aamiin. Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh cinta kasih kepada:

- Ayahanda Djufri Ichsan, Ibunda tercinta Nurul Krisnarti, Abang saya Alvan Daffa, Adik saya Denon Noval Ramadhani, dan yang terakhir keluarga besar saya.
- Dosen Pembimbing Ibu Dr. Pupung Purnamasari., SE.,MM Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan pengetahuan serta teladan yang sangat berharga
- Pasangan saya Ni Made Bunga Kinanti Mara Yasa, yang telah memberikan saya semangat hingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
- Teman-teman saya Hafizh, Irsyad, Rendi, Sharil, Surya, Deni, Endah, Fajar, Jill, Saung FC, Wake grup, 80s club racing team dan orang-orang yang mendoakan serta menginginkan yang terbaik untuk saya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Revisit) (Studi pada konsumen minuman bersoda di kabupaten Bekasi)”. Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa (UPB).

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Allah SWT Yang Maha Esa yang telah memberikan Kesehatan agar bisa Menyusun skripsi ini dengan lancar.
2. Ibu Dr. Pupung Purnama.,SE.,M.M selaku Pembimbing Utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
3. Bapak Ir. H. Moh Mardiana.,M.M.,PHD, selaku Ketua Yayasan Pelita Bangsa.
4. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera.,. SKM., MM sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.
5. Tim Penguji, Ibu dan Bapak terima kasih telah berkenan memberikan masukan untuk penyempurnaan naskah mulai dari gagasan awal tema penelitian hingga selesainya skripsi ini.
6. Ibu Yunita Ramadhani RDS., S.E., M.Sc dan Bapak Wachid Hasyim.,S.E.,M.M selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat Menulis Skripsi Mahasiswa.
7. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.

8. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Skripsi ini.
9. Orang tuaku tercinta yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan serta mendoakan penulis dengan penuh kesabaran, keteladanan, pengorbanan yang tidak terhingga. Semoga Allah SWT membalas semuanya dengan menempatkan keduanya pada Jannah-Mu bersama orang-orang beriman. Aamiin...Yaa Rabbal 'alamiin.
10. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas keakraban, diskusi, saran, dan semangat yang diberikan. Penulis selalu merindukan saat-saat diskusi bersama di masa perkuliahan.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga tugas akhir/skripsi/tesis ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 18 Juni 2024

Penulis,



Raihan Hakim Suryanegara

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pengertian Revisit	10
2.1.2 Pengertian Promosi	11
2.1.3 Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2.1.4 Pengertian Harga	14
2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan	15
2.3.1 Hipotesis	21
2.3.2 Model Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	27
3.1.1 Jenis penelitian	27
3.1.2 Desain Penelitian	28
3.2 Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel	29
3.2.1 Definisi Oprasional	29
3.2.2 Pengukuran Variabel	31
3.3 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	32
3.4 Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data	32
3.4.1 Jenis Pengumpulan Data dan Sumber Data	32
3.4.2 Metode Pengumpulan Data	33
3.5 Metode Analisis Data	34
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	34
3.5.2 Analisis Statistik Inferensial	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Hasil Penelitian	40
4.1.1 Hasil Penelitian Gambaran Umum PT Coca-Cola Indonesia.	40
4.1.2 Hasil Analisis Data	43
4.1.3 Hasil Uji Hipotesa	61
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	75
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	127

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Index: Kategori Minuman Bersoda	2
Tabel 3.1 Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel	29
Tabel 3.2 Skala Likert	33
Tabel 3.3 Penilaian Evaluasi Inner Model	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	43
Tabel 4.2 Hasil Deskripsi Revisit.....	46
Tabel 4.3 Hasil Deskripsi Promosi.....	47
Tabel 4.4 Hasil Deskripsi Kualitas Pelayanan	48
Tabel 4.5 Hasil Deskripsi Persepsi Harga	50
Tabel 4.6 Hasil Outer Loading Revisit.....	52
Tabel 4.7 Hasil Outer Loading Promosi.....	53
Tabel 4.8 Hasil Outer Loading Kualitas Pelayanan	54
Tabel 4.9 Hasil Outer Loading Persepsi Harga	55
Tabel 4.10 Cross Loading	57
Tabel 4.11 Average Variant Extracted	58
Tabel 4.12 Construct Reliability dan Validity	58
Tabel 4.13 Uji Evaluasi R-Square.....	59
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi Simultan (R^2).....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial	61
Tabel 4.16 ANOVA	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	25
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	28
Gambar 4.1 Produk Coca - Cola	41
Gambar 4.2 Hasil Olah Data Dari SEM-PLS	52
Gambar 4.3 Hasil Olah Data Dari Boostraping	61

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Mapping Jurnal	76
Lampiran 2 Data Top Brand Award	89
Lampiran 3 Data Tabel Perusahaan.....	89
Lampiran 4 Analisis Bauran 7P.....	90
Lampiran 5 Lembar Kuesioner	92
Lampiran 6 Hasil Kuesioner 101 Responden.....	96
Lampiran 7 Karakteristik Responden.....	120
Lampiran 8 Nilai Tabel	121
Lampiran 9 Hasil Olah Data	123
Lampiran 10 Hasil Turnitin.....	126

**THE EFFECT OF PROMOTION, SERVICE QUALITY, AND PRICE
PERCEPTION ON REPEAT PURCHASE DECISIONS (REVISIT)
(A Study On Coca-Cola Soda Consumers In Bekasi Regency)**

Raihan Hakim Suryanegara¹⁾
Pupung Purnamasari²⁾

Abstract

The market share of soft drinks has been experiencing a rapid increase in sales, especially in Indonesia. Indonesia ranks 8th globally in terms of the largest sales of soft drinks. Among the various types of soft drinks, carbonated beverages are highly favored by the population. According to the Top Brand Award data, Coca-Cola holds the top position in the carbonated beverage category. This research aims to examine and elucidate the impact of promotional activities on Coca-Cola products on repeat purchase decisions partially. It also aims to test and explain how service quality of Coca-Cola products influences repeat purchase decisions partially, and to examine and explain how price perception of Coca-Cola products affects repeat purchase decisions partially. Furthermore, it aims to test and explain how promotional activities, service quality, and price collectively affect repeat purchase decisions. The sampling method employed in this study is non-probability sampling, specifically purposive sampling. The survey sample comprises a total of 101 respondents aged between 17 and 45 from Bekasi Regency. For data analysis, this research utilizes Structural Equation Modeling (SEM) with the support of SmartPLS 3.0 software. This tool is used to test the validity and reliability of instruments, assess model adequacy, and examine the proposed relationships within the theoretical framework. The results of the research prove that the promotions offered do not have a role in increasing repurchase decisions, then service quality has a large role in increasing partial repurchase decisions, price perception has a role in increasing partial repurchase decisions, and promotion, service quality, perception price has a simultaneous positive impact.

Keywords: Promotion, Service Quality, Price Perception, and Revisit

- 1) Mahasiswa
- 2) Dosen Pembimbing

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMBALI (*REVISIT*)
(Studi Pada Konsumen Minuman Bersoda Coca-Cola di Kabupaten Bekasi)**

Raihan Hakim Suryanegara¹⁾
Pupung Purnamasari²⁾

ABSTRAK

Pangsa pasar minuman bersoda saat ini mengalami kenaikan pesat dalam penjualannya, terutama di Indonesia. Indonesia menempati urutan ke-8 sebagai negara dengan penjualan minuman bersoda terbesar di dunia. Jenis minuman bersoda yang sangat diminati masyarakat yaitu minuman bersoda. Berdasarkan data Top Brand Award minuman bersoda diposisi pertama diduduki oleh Coca-Cola. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menjelaskan kegiatan promosi pada produk Coca-Cola berpengaruh terhadap keputusan pembelian kembali secara parsial, menguji serta menjelaskan kualitas pelayanan pada produk Coca-Cola berpengaruh terhadap keputusan pembelian kembali secara parsial, menguji dan menjelaskan persepsi harga pada produk Coca-Cola berpengaruh terhadap keputusan pembelian kembali secara parsial, menguji dan menjelaskan kegiatan promosi, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kembali secara simultan. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling, yaitu metode purposive sampling. Sampel survei mencakup total 101 responden berusia antara 17 dan 45 tahun dari Kabupaten Bekasi. Untuk analisis data, penelitian ini menggunakan struktural Equation Modeling (SEM) dengan dukungan program SmartPLS 3.0. Alat ini digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, menilai kesesuaian model, dan menguji hubungan yang disarankan dalam kerangka teori yang diusulkan. Hasil penelitian membuktikan bahwa promosi yang ditawarkan tidak memiliki peranan dalam meningkatkan keputusan pembelian kembali, selanjutnya kualitas pelayanan memiliki peranan yang besar dalam meningkatkan keputusan pembelian kembali secara parsial, persepsi harga memiliki peranan dalam meningkatkan keputusan pembelian kembali secara parsial, dan promosi, kualitas pelayanan, persepsi harga memiliki dampak positif secara simultan.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan *Revisit*