

**PENGARUH ONLINE PROMOTION, KUALITAS
PRODUK DAN MEMBERSHIP PROGRAM
TERHADAP REPURCHASE INTENTION
(STUDI PADA KONSUMEN ROTI BAKAR PAK BONDAN)**

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN MEMPEROLEH



FATHUL BARI AAN

2017.69.10.0026

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA - PASURUAN**

2021

**PENGARUH ONLINE PROMOTION, KUALITAS
PRODUK DAN MEMBERSHIP PROGRAM
TERHADAP REPURCHASE INTENTION
(STUDI PADA KONSUMEN ROTI BAKAR PAK BONDAN)**

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN MEMPEROLEH



FATHUL BARI AAN

2017.69.10.0026

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA - PASURUAN**

2021

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : PENGARUH ONLINE PROMOTION, KUALITAS PRODUK
DAN MEMBERSHIP PROGRAM TERHADAP REPURCHASE INTENTION
Disusun oleh : FATHUL BARI AAN
NIM : 201769100026
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Jurusan : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan didepan tim penguji

Pasuruan,.....

Menyetujui.



(Dhur Ajizah, S.sos., M.AB)
NIP.069.15.02.001

Pembimbing,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Eko Agus Alfianto', written over a horizontal line.

(Drs. Eko Agus Alfianto, M.AB)
NIP.Y 069.04.03.012

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI, FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN, PADA :

HARI : FATHUL BARI AAN

TANGGAL : 21 Agustus 2021

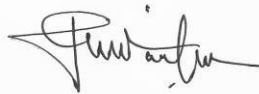
JAM : 11.00 s.d selesai

JUDUL : PENGARUH ONLINE PROMOTION, KUALITAS PRODUK, DAN
MEMBERSHIP PROGRAM TERHADAP REPURCHASE INTENTION (STUDI PADA
KONSUMEN ROTI BAKAR PAK BONDAN)

DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

KETUA PENGUJI



Nuraeni, S.Sos. M.AB
NIP. Y 069.02.03.005

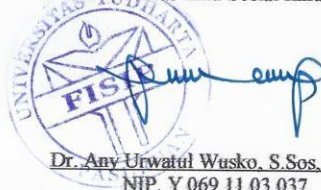
ANGGOTA PENGUJI



Nur Rohmad Nuzil, S.Sos. M.AB
NIP. Y 069.11.03.044

MENGESEHAKAN,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik



Dr. Any Urwatul Wusko, S.Sos. M.AB
NIP. Y 069.11.03.037

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kita semua nikmat dalam menjalani kehidupan ini. Kita memohon pertolongan, perlindungan dan petunjuk kepada Allah SWT agar selalu tenang dan tentram dalam menjalani kehidupan di dunia. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat serta siapa saja yang diberikan petunjuk hingga hari akhir. Aamiin.

Persembahkan tugas akhir dan rasa terimakasih aku ucapkan untuk :

1. Keluargaku tercinta, kedua Orang tuaku serta kedua kakakku yang telah memberikan kasih sayang serta dukungan secara moril agar selalu menjadi orang yang bahagia di dunia maupun akhirat.
2. Teman-temanku di bangku kuliah yang membantuku dalam kesulitan dan memberikan solusi dalam masalah yang tidak bisa kuselesaikan sendiri.
3. Semua dosen Universitas Yudharta Pasuruan yang telah memberikan pengetahuan yang sebelumnya belum aku ketahui.
4. Universitas Yudharta Pasuruan

PENGARUH ONLINE PROMOTION, KUALITAS
PRODUK DAN MEMBERSHIP PROGRAM TERHADAP
REPURCHASE INTENTION

(STUDI PADA KONSUMEN ROTI BAKAR PAK BONDAN)

Oleh: FATHL BARI A'ANNIM
201769100026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh online promotion terhadap repurchase intention ROTI BAKAR PAK BONDAN, (2) pengaruh kualitas produk terhadap repurchase intention ROTI BAKAR PAK BONDAN, (3) pengaruh membership program terhadap repurchase intention ROTI BAKAR PAK BONDAN dan (4) pengaruh online promotion, kualitas produk dan membership program terhadap repurchase intention ROTI BAKAR PAK BONDAN.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah urvei. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen ROTI BAKAR PAK BONDAN yang mempunyai card member yang pernah membeli produk ROTI BAKAR PAK BONDAN. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 115 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif online promotion terhadap repurchase intention ROTI BAKAR PAK BONDAN. Hal ini dibuktikan dari nilai thitung sebesar 5,247 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), (2) tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap repurchase intention ROTI BAKAR PAK BONDAN. Hal ini dibuktikan dari nilai thitung sebesar 0,275 dengan nilai signifikansi sebesar 0,784 ($0,784 > 0,05$), (3) terdapat pengaruh positif membership program terhadap repurchase intention ROTI BAKAR PAK BONDAN. Hal ini dibuktikan dari nilai hitung 2,618 dengan nilai signifikansi 0,01 lebih kecil dari 0,05 ($0,01 < 0,05$), (4) terdapat pengaruh positif online promotion, kualitas produk dan membership program secara simultan terhadap repurchase intention ROTI BAKAR PAK BONDAN. Hal ini dibuktikan dengan diperoleh nilai Fhitung sebesar 12,187 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Online promotion, Kualitas Produk, Membership Program, Repurchase Intention

INFLUENCE OF ONLINE PROMOTION, PRODUCT QUALITY AND
MEMBERSHIP PROGRAM ON REPURCHASE INTENTION

(STUDY ON CONSUMERS OF ROTI BAKAR PAK BONDAN)

By:

FATHUL BARI A'AN
NIM. 201769100026

ABSTRAK

This study aims to determine: (1) the effect of online promotion on repurchase intention of ROTI BAKAR PAK BONDAN, (2) the effect of product quality on repurchase intention of ROTI BAKAR PAK BONDAN, (3) the effect of membership program on repurchase intention of ROTI BAKAR PAK BONDAN and (4) the influence of online promotion, product quality and membership program on repurchase intention of ROTI BAKAR PAK BONDAN.

The type of research used in this study is a survey. The population in this study are ROTI BAKAR PAK BONDAN consumers who have card members who have purchased ROTI BAKAR PAK BONDAN products. The sampling technique used purposive sampling method with a total sample of 115 people. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used to answer the hypothesis is multiple regression.

The results of this study indicate that: (1) there is a positive influence of online promotion on repurchase intention of ROTI BAKAR PAK BONDAN. This is evidenced by the t-count value of 5.247 with a significance value of 0.000 which is smaller than 0.05 ($0.000 < 0.05$), (2) there is no effect of product quality on repurchase intention of ROTI BAKAR PAK BONDAN. This is evidenced by the t-count value of 0.275 with a significance value of 0.784 ($0.784 > 0.05$), (3) there is a positive effect of membership program on repurchase intention of ROTI BAKAR PAK BONDAN. This is evidenced by the t-count value of 2.618 with a significance value of 0.01 less than 0.05 ($0.01 < 0.05$), (4) there is a positive influence on online promotion, product quality and program membership simultaneously on repurchase intention of ROTI BAKAR PAK BONDAN. This is evidenced by the calculated F value of 12.187 with a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Online promotion, Product Quality, Membership Program, Repurchase Intention

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : FATHUL BARI AAN

NIM : 201769100026

Judul Skripsi : PENGARUH ONLINE PROMOTION, KUALITAS PRODUK
DAN MEMBERSHIP PROGRAM TERHADAP REPURCHASE INTENTION
(STUDI PADA KONSUMEN ROTI BAKAR PAK BONDAN)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, apabila karya ilmiah / Penulisan hukum / Skripsi ini terbukti merupakan duplikasi ataupun plagiasi dari karya penulis lain maka saya bersedia menerima sanksi akademik atau sanksi hukum yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan ataupun tekanan dari pihak manapun.

Pasuruan,

Yang Menyatakan,



(FATHUL BARI AAN)
NIM. 201769100026

DAFTAR ISI

Sampul Depan	ii
Sampul Dalam.....	iii
Lembar Persetujuan	iv
Lembar Pengesahan	v
Ucapan Terima Kasih	iv
Pernyataan Keaslian	vii
Abstrak	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
LEMBAR PERSETUJUAN	xii
LEMBAR PENGESAHAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pengertian pemasaran	10
2.1.2 Teori Konsumen	11
2.1.3 Perilaku Konsumen	12
2.1.4 Repurchaseintention	13
2.1.5 Online Promotion	15
2.1.6 Kualitas Produk	17
2.1.7 Member ship Program	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Hubungan Antar Variabel	36
2.4 Kerangka Pemikiran	38
2.5 Hipotesis	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	40
B. Lokasi Penelitian	40
C. Variabel Penelitian dan Pengukuran	41
D. Definisi Operasional.....	42
E. Objekdan Waktu Penelitian	46
F. Populasi dan Sampel	48
G. Jenis dan Sumber Data	48
H. Teknik Analisis Data	53
I. Analisis Linier Berganda	54
J. Uji Hipotesis	55

BAB 1V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Penelitian 57
4.2	Analisis Hasil Penelitian 57
4.2.1	Analisis Karakteristik Responden..... 57
4.2.1.1	Jenis kelamin. 58
4.2.1.2	Usia..... 58
4.2.1.3	Pekerjaan 60
4.2.2	Uji Instrumental 61
4.2.2.1	Uji Validitas 61
4.2.2.2	Uji Reliabilitas..... 64
4.2.3	Analisis Deskriptif 65
4.2.3.1	Distribusi frekuensi online promotion..... 66
4.2.3.2	Distribusi frekuensi kualitas produk 68
4.2.3.3	Distribusi frekuensi Membership Program 70
4.2.3.4	Distribusi frekuensi Repurchase intention 73
4.2.4	Uji Asumsi Klasik..... 76
4.2.4.1	Uji Normalitas 77
4.2.4.2	Uji Multikolinieritas 78
4.2.4.3	Uji Heterokedastisitas 79
4.2.5	Analisis Linier Berganda 80
4.2.5.1	Ujit (secara parsial) 82
4.2.5.2	Uji F..... 84
4.2.5.3	Pembahasan 85
BAB V PENUTUP	
5.1	Kesimpulan dan saran..... 92
5.2	Keterbatasan Penelitian 92
	Daftar Pustaka 95
	Lampiran 97

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel1.PenelitianTerdahulu.	32
Tabel2.Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel3.Hasil Analisis Jenis Kelamin	58
Tabel4.Hasi lAnalisis Usia.....	59
Tabel5.Hasil Analisis Pekerjaan	60
Tabel6.Hasil Analisis Karakteristik Responden	61
Tabel7.Hasil Uji validitasonlinepromotion.....	61
Tabel8.Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	62
Tabel9.Hasil Uji Validitas Membership Program.....	63
Tabel10.Hasil Uji Validitas Repurchase Intention.....	64
Tabel11.Hasil Uji Reabilitas	64
Tabel12.Distribusi Frekuensionline Promotion	66
Tabel13.Distribusi Frekuensi Kualitas Produk	68
Tabel14.Distribusi Frekuensi Membership Program	70
Tabel15.Distribusi Frekuensi Repurchase Intention	73
Tabel16.Hasil Uji One Sampel Kolmogorov Smirnov	77
Tabel17.Hasil Uji Multikolinieritas	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar1.1 kerangka konsep penelitian Saputra dkk(2021)	21
Gambar1.2Kerangka konsep penelitian Ella Laela(2021)	22
Gambar1.3Kerangka konsep penelitian Hatta(2019).....	24
Gambar1.4Kerangka konsep penelitian Shabrina (2020)	26
Gambar1.5Kerangka konsep penelitian Ika KW(2020).....	27
Gambar1.6Kerangka konsep penelitian Yoeniargo(2020).....	28
Gambar1.7Kerangka konsep penelitian Chandra (2020).....	29
Gambar1.8Kerangka konsep penelitian Sudrajat(2021)	30
Gambar1.9Kerangka konsep penelitian Ferlina(2020)	31
Gambar1.10Kerangka konsep penelitian Supriyantono(2020)	32
Gambar1.11Kerangka konsep Penelitian Aan(2021).....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. kuisisioner penelitian	96
2. Data tabulasi Kuesioner Penelitian.....	99
2. Hasil Analisis Deskriptif Variabel.....	102
3. Hasil Uji Validitas	106
4. Reliabilitas	108
5. Hasil Uji Normalitas.....	109
6. Hasil Uji T dan F	112
7. Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	113

