

**Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Minat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)
di Toko Andy Spare Parts Semarang**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :
Glorya Wulan Aurelia
NIM : 18.D1.0261

PROGRAM STUDI MANAJEMEN KONSENTRASI PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG – 2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Glorya Wulan Aurelia

NIM : 18.D1.0261

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Marketing Mix terhadap Minat Beli Ulang (Repurchase Intention) di Toko Andy Spare Parts Semarang”** adalah hasil penelitian saya dengan supervisi dosen pembimbing, dan bukan hasil plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Semarang, 03 Agustus

2022

Yang menyatakan,



(Glorya Wulan Aurelia)

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Penelitian : Pengaruh Marketing Mix terhadap Minat Beli Ulang (*Repurchase Intention*) di Toko Andy Spare Parts Semarang

Nama Mahasiswa : Glorya Wulan Aurelia

Nomor Induk Mahasiswa : 18.D1.0261

Program Studi : S1 Manajemen

Proposal ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi untuk diajukan ke Sidang Seminar Proposal.

Pembimbing
Tanggal ...

Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah M.Si.

NIP : 05811984004



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : “Pengaruh Marketing Mix terhadap Minat Pembelian Ulang (Repurchase Itention) di Toko Andy Spareparts Semarang”

Diajukan oleh : Glorya Wulan Aurelia

NIM : 18.D1.0261

Tanggal disetujui : 28 November 2022

Telah setuju oleh

Pembimbing : Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah M.Si.

Penguji 1 : Drs. R. Bowo Harcahyo M.B.A.

Penguji 2 : Dr. Posmaria Setiaswi Sitohang. S.E., M.Si.

Penguji 3 : Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah M.Si.

Ketua Program Studi : Dr. Widuri Kurniasari S.E., M.Si.

Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.
sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=18.D1.0261

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kami Panjatkan ke Hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga dapat disusunnya laporan penelitian / skripsi ini tepat pada waktunya. Laporan penelitian / skripsi ini membahas tentang studi kasus penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dalam mengetahui apa sajakah faktor-faktor dari *marketing mix* yang mempengaruhi minat beli ulang (*repurchase intention*) di Toko Andy Spare Parts Semarang. Pengajuan laporan penelitian / skripsi ini dimaksudkan agar nantinya dapat dijadikan untuk bahan evaluasi perusahaan maupun rujukan penelitian yang akan datang terhadap studi kasus pengaruh *marketing mix* terhadap minat beli ulang, sekaligus melaksanakan tugas akhir yang diwajibkan untuk memenuhi prasyarat kelulusan jenjang perguruan tinggi.

Dalam penyusunan laporan penelitian / skripsi ini tentunya banyak mendapat tantangan dan hambatan, akan tetapi dengan bantuan dari berbagai pihak tantangan itu bisa teratasi. Olehnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan penelitian / skripsi ini, semoga bantuannya mendapatkan hal-hal yang baik dari Tuhan Yang Maha Esa. Disadari bahwa proposal ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari bentuk penyusunan maupun materinya. Saran dan kritik yang membangun dari pembaca sangat diharapkan untuk penyempurnaan laporan selanjutnya. Demikianlah, semoga laporan ini dapat menambah wawasan dan ilmu bagi para pembaca sekalian. Berikut ucapan terima kasih khusus dari penulis diperuntukan kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, yang telah memberi rahmat, kasih, berkat dan kesejahteraan baik dari segi kesehatan jasmani maupun rohani.
2. Kedua orang tua terkasih, yang sudah membantu mendukung baik dari segi finansial maupun mental untuk dapat menyelesaikan segala pendidikan sampai ke jenjang perguruan tinggi.
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, bapak Drs. Theodorus Sudimin, M.Si atas perizinan penulisan laporan penelitian / skripsi agar dapat cepat dalam menyelesaikan studi.
4. Ketua Program Studi Manajemen, ibu Dr. Widuri Kurniasari S.E., M.Si atas perizinan penulisan laporan penelitian / skripsi agar dapat cepat dalam menyelesaikan studi.
5. Dosen pembimbing bagi penulis, ibu Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah, M.Si atas kesediaanya untuk dapat membimbing dan berdiskusi dalam memberi topik dan penyelesaian laporan penelitian / skripsi agar dapat cepat dalam menyelesaikan studi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata dalam memberikan berbagai materi pembelajaran selama proses perkuliahan berjalan.
7. Teman seperjuangan penulis selama masa perkuliahan ini, Ignatius Ardyan Wahyujati atas dukungannya selama proses pembelajaran perkuliahan, sosial, dan pribadi. Serta teman-teman yang pernah bekerja sama selama berkelompok tugas perkuliahan dengan penulis.
8. Pemilik toko Andy Spare Parts Semarang, Bapak Hutomo atas perizinan tempat usahanya menjadi objek penelitian penulis dalam menyelesaikan tugas akhir kuliah.

Semarang, 04 September 2022

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Glorya Wulan Aurelia

NIM : 18.D1.0261

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Pengaruh Marketing Mix terhadap Minat Beli Ulang (Repurchase Intention) di Toko Andy Spare Parts Semarang”.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalih media / formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada tanggal : 1 Agustus 2022

Yang menyatakan,



(Glorya Wulan Aurelia)

ABSTRAK

Setiap perangkat *handphone* atau *smartphone* dari berbagai *brand*, bersaing secara ketat untuk memberikan kelebihan dan keunikan produknya untuk diberikan yang terbaik bagi penggunanya. Tentunya dalam memperebutkan pasar tersebut, perusahaan-perusahaan *smartphone* harus lebih lagi dalam memperhatikan kekuatan produk buatannya. Pasalnya dapat dilihat juga jumlah kegagalan atau kecacatan suatu produk, saat produk tersebut sudah di tangan konsumen dan ternyata cukup tinggi dalam penggunaannya, hal itu cukup sering terjadi. Dalam produk penjualan elektronik terkhususnya *handphone*, tidak terlepas dari yang namanya kondisi kerusakan, maka merek pabrikan selalu mengeluarkan produk *Spare Parts* yang terpisah dari produk utama yang sudah menjadi satu kesatuan. Merek pabrikan mendistribusikan produk terpisahnya kepada para penjual retail *Spare Parts* sebagai penyuplai utama produk dalam bisnis jasa reparasi. Salah satu toko yang menyuplai produk terpisah *Spare Parts handphone* adalah toko Andy Spare Parts Semarang, toko yang cukup dikenal di kalangan penyedia jasa reparasi di Semarang, dan berlokasi di Mall Matahari Plaza Simpang Lima Semarang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh strategi *marketing mix* secara parsial maupun simultan, terhadap minat beli ulang (*Repurchase Intention*) pelanggan di Toko Andy Spare Parts Semarang. Objek penelitian yaitu toko Andy Spare Parts Semarang dan kriteria dari populasi adalah pelanggan yang pernah bertransaksi setidaknya lebih dari satu kali. Dalam penelitian ini responden yang didapat terdiri dari 46 pria dan 42 wanita. Penelitian ini memakai metode kuantitatif, sampel ditentukan dengan teknik *purposive sampling* yang berarti harus memenuhi kriteria tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen kuesioner atau angket dengan jawaban berupa skala likert. Teknik pengolahan data menggunakan SPSS, dengan dilakukannya analisis uji t dan uji F, jumlah sampel yang diambil adalah 88 responden.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa yang berpengaruh signifikan positif secara parsial terhadap variabel minat beli ulang atau *repurchase intention* adalah variabel *product*. Menunjukkan bahwa semakin berkualitas *product Spare Parts* di Toko Andy Spare Parts Semarang maka semakin tinggi pula minat beli ulangnya. Sedangkan variabel *price, place, promotion, people, physical evidence, process* secara parsial tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Namun jika variabel diuji secara bersama-sama atau simultan hasil yang didapat adalah signifikan positif, secara bersama-sama variabel *independen* dapat menerangkan pengaruhnya terhadap variabel *dependen* secara serentak.

Kata kunci : *Repurchase Intention, Marketing Mix, 7P*

ABSTRACT

Every mobile device or smartphone from various brands, competes fiercely to provide the advantages and uniqueness of its products to provide the best for its users. Of course, in fighting for this market, smartphone companies must pay more attention to the strength of their products. The reason is that it can also be seen that the number of failures or defects in a product, when the product is already in the hands of consumers and turns out to be quite high in use, it happens quite often. In selling electronic products, especially mobile phones, regardless of the damage condition, the manufacturer's brand always issues spare parts products that are separated from the main product which has become a single unit. The manufacturer brand distributes its separate products to Spare Parts retailers as the main supplier of products in the repair service business. One of the stores that supply separate cellphone spare parts is Andy Spare Parts Semarang, a store that is well known among repair service providers in Semarang, and is located at Matahari Plaza Simpang Lima Mall, Semarang.

This study aims to determine how the influence of the marketing mix strategy partially or simultaneously on customer repurchase intention at Andy Spare Parts Store Semarang. The object of research is the Andy Spare Parts Semarang store and the criteria for the population are customers who have transacted at least more than once. In this study the respondents obtained consisted of 46 men and 42 women. This research uses quantitative methods, the sample is determined by purposive sampling technique which means it must meet certain criteria, data collection uses a questionnaire or questionnaire instrument with answers in the form of a Likert scale. Data processing techniques using SPSS, with the analysis of the t test and F test, the number of samples taken was 88 respondents.

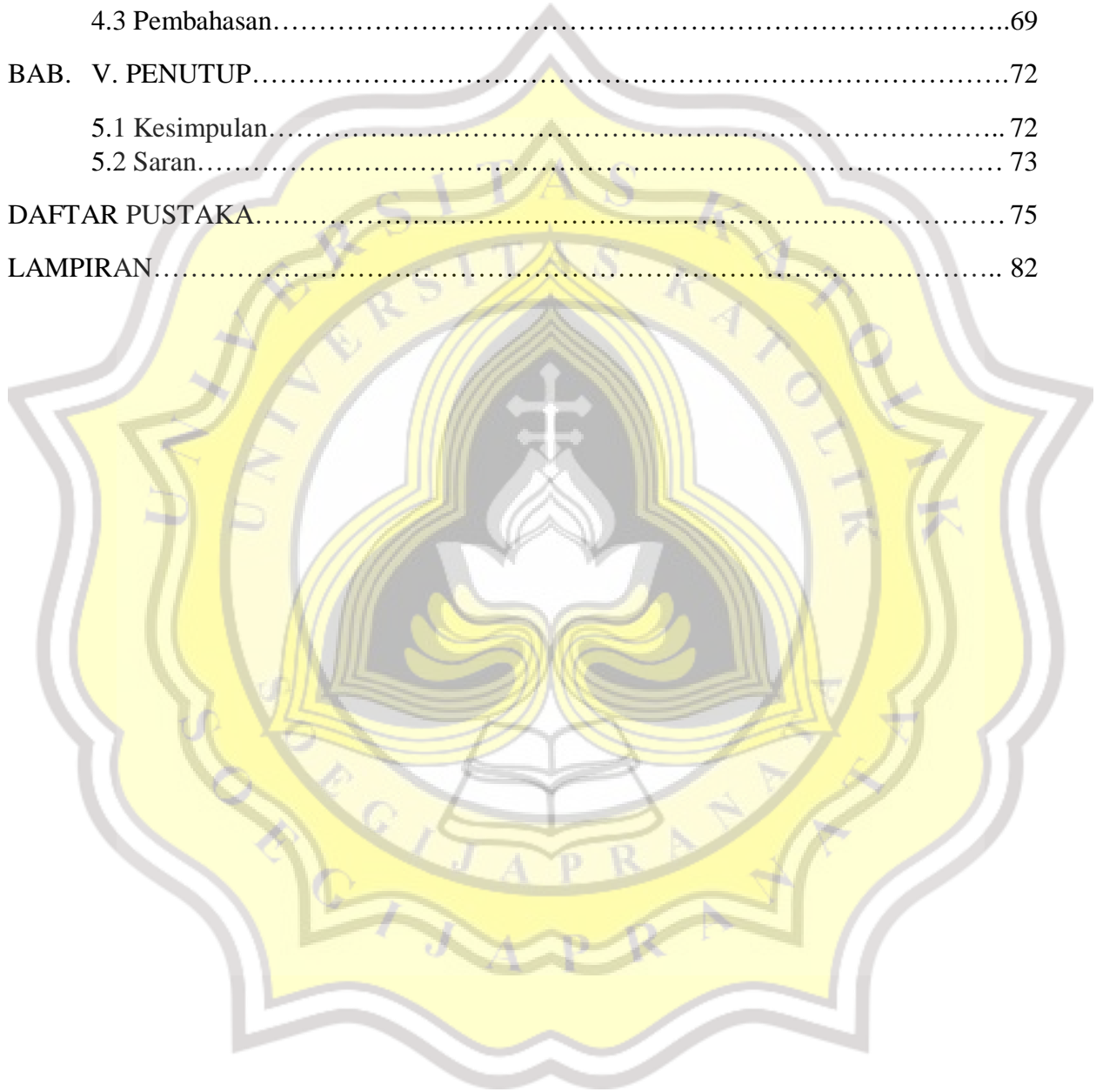
The results of this study indicate that the product variable has a partially positive and significant effect on the variable repurchase intention or repurchase intention. Shows that the higher the quality of the Spare Parts product at the Andy Spare Parts Semarang Store, the higher the interest in repurchasing it. Meanwhile, the variables of price, place, promotion, people, physical evidence, process have not been partially proven to have a significant effect on repurchase intention. However, if the variables are tested simultaneously or simultaneously, the results obtained are significantly positive. Together, the independent variables can explain their effect on the dependent variable simultaneously.

Keywords : *Repurchase Intention, Marketing Mix, 7P*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL.....	1
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	2
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	3
HALAMAN PENGESAHAN.....	4
KATA PENGANTAR.....	5
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	6
ABSTRAK.....	7
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR TABEL.....	11
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR LAMPIRAN.....	12
BAB. I. PENDAHULUAN.....	13
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	13
1.2. Perumusan Masalah.....	18
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	18
1.4. Sistematika Penulisan.....	18
BAB. II. TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Teori Variabel Penelitian.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Pikir Penelitian.....	33
2.4 Hipotesis Penelitian.....	34
2.5 Definisi Operasional Variabel.....	35
BAB. III. METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Objek Penelitian dan Lokasi Penelitian.....	42
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	42
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	43
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.3.3 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	44
3.4 Analisis Data.....	47

3.4.1	Alat Analisis Data.....	47
3.4.2	Pengujian Hipotesis.....	48
BAB. IV.	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	49
4.2	Analisis Data.....	50
4.3	Pembahasan.....	69
BAB. V.	PENUTUP.....	72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....		75
LAMPIRAN.....		82



DAFTAR TABEL

1.1 Data 10 Peringkat Model Iphone dengan Tingkat Kerusakannya.....	16
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu.....	31
2.2 Variabel Y <i>Repurchase Intention</i> (Minat Pembelian Ulang).....	36
2.3 Variabel X <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	37
3.1 Hasil Uji Validitas.....	45
3.1 Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y).....	45
3.2 Variabel <i>Product</i> (X1).....	45
3.3 Variabel <i>Price</i> (X2).....	45
3.4 Variabel <i>Place</i> (X3).....	46
3.5 Variabel <i>Promoton</i> (X4).....	46
3.6 Variabel <i>People</i> (X5).....	46
3.7 Variabel <i>Physical Evidence</i> (X6).....	46
3.8 Variabel <i>Process</i> (X7).....	46
3.9 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Variabel.....	46
3.10 Penilaian Rentang Skala.....	47
4.1 Penjualan Tahun 2021 di Toko Andy Spare Parts Semarang.....	49
4.2 Jenis Produk-Produk Andy Spare Parts Semarang.....	50
4.2 LCD + Ts.....	50
4.2 Baterai.....	50
4.2 Mini Komponen.....	50
4.2 Alat Reparasi.....	50
4.2 Mini Komponen.....	50
4.3 Karakteristik Responden.....	51
4.4 Tanggapan Responden.....	52
4.4 Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y).....	52
4.5 Variabel <i>Product</i> (X1).....	54
4.6 Variabel <i>Price</i> (X2).....	55
4.7 Variabel <i>Place</i> (X3).....	56
4.8 Variabel <i>Promoton</i> (X4).....	57
4.9 Variabel <i>People</i> (X5).....	58
4.10 Variabel <i>Physical Evidence</i> (X6).....	59
4.11 Variabel <i>Process</i> (X7).....	61
4.12 Hasil Screenig Test Survey.....	63

4.13 Hasil Uji t SPSS.....	64
4.14 Hasil Uji F SPSS.....	68
4.15 Tabel. 4.15 Nilai R2 (Rsquare).....	69

DAFTAR GAMBAR

1. Data Peningkatan Pengguna Handphone di Indonesia.....	13
2. Data Tingkat Penjualan Handphone Berbagai Merek di Indonesia.....	14
3. Data 10 Peringkat Merek Handphone Android dengan Tingkat Kerusakannya.....	15
4. Data 5 Peringkat Penyebab Kerusakan Handphone.....	15
5. Struktur Kerangka Pikir Penelitian.....	33
6. Struktur Jabatan Andy Spare Parts Semarang.....	51
7. Lay Out Toko Andy Spare Parts Semarang.....	120
8. Tempat Jasa Servis.....	120

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner.....	82
2. Tabulasi Data Responden.....	88
3. Data Frekuensi Responden.....	89
4. Data Frekuensi Tanggapan Responden.....	91
5. Data Hasil Olah SPSS.....	103
Uji Validitas.....	103
Uji Reliabilitas.....	114
Uji F.....	118
Uji t.....	118
Nilai R2 (Rsquare).....	118
6. Lay Out Toko Andy Spare Parts Semarang.....	120