

**PENGARUH PERSEPSI DIMENSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP
MINAT BELI ULANG**

(STUDI PADA BENGKEL HARMA LUMAS JUWANA)

SKRIPSI



NOVIANI RENALDA

18.D1.0158

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2024

**PENGARUH PERSEPSI DIMENSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP
MINAT BELI ULANG**

(STUDI PADA BENGKEL HARMA LUMAS JUWANA)

Diajukan Dalam Rangka Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S.M)



Disusun Oleh:

Noviani Renalda

18.D1.0158

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan minat beli ulang pada Bengkel Harma Lumas Juwana. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi kepada siapa saja dalam meningkatkan keputusan pembelian pada bisnisnya.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sebagai populasi dan sampelnya adalah konsumen Bengkel Harma Lumas Juwana sebanyak 100 responden dengan menggunakan kuesioner dengan *door to door*.

Penelitian ini memperoleh hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap minat beli ulang di bengkel harma lumas dibuktikan dengan hasil analisis menggunakan Teknik koefisien determinasi (R^2) menunjukkan koefisien antara variabel X (dimensi kualitas layanan) dan Y (minat beli ulang) sebesar 0,384 atau 38,4%. Selain itu, berdasarkan hasil signifikansi dari *coefficients* diperoleh nilai signifikansi sebesar $4,680 > 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, signifikan dan pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli ulang di bengkel harma lumas juwana sebesar 38,4% sedangkan sisanya 61,6% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Layanan dan Minat Beli Ulang

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of service quality and repurchase interest at the Harma Lumas Juwana Workshop. It is hoped that this research can provide a reference for anyone in improving purchasing decisions for their business.

This type of research is quantitative. As a population and sample, there were 100 consumers of the Harma Lumas Juwana workshop using a door to door questionnaire.

This research obtained the results that service quality has an influence on repurchase interest at the Harma Lumas repair shop as evidenced by the results of analysis using the coefficient of determination technique (R^2) showing the coefficient between variables X (service quality dimension) and Y (repurchase interest) of 0.384 or 38.4 %. In addition, based on the results of the significance of the coefficients, a significance value of $4.680 > 0.05$ was obtained, then H_0 was rejected and H_a was accepted, significant and the influence of service quality on repurchase interest at the Harma Lumas Juwana workshop was 38.4% while the remaining 61.6% influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Service Quality and Repurchase Intention