

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN DAN
PERSEPSI NILAI TERHADAP MINAT BELI ULANG
KONSUMEN MCDONALD PLAZA ARION**

**NADIA NURFADILAH
8215097553**



Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2013**

**THE INFLUENCE OF PERCEIVED SERVICE QUALITY AND
PERCEIVED VALUE TOWARD REPURCHASE INTENTION
OF MCDONALD'S CONSUMERS AT ARION PLAZA**

**NADIA NURFADILAH
8215097553**



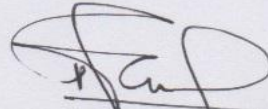
This is written as part of Bachelor Degree in Economic Accomplishment

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
MARKETING CONCENTRATION
DEPARTMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMIC
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2013**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

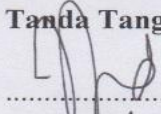
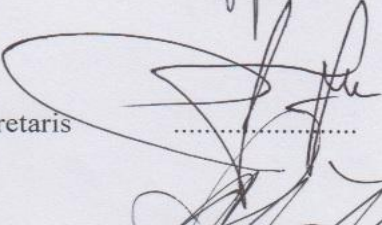
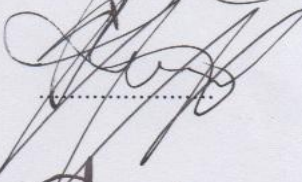

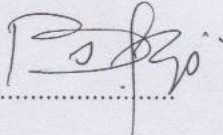
Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Dedi Purwana, E.S., M.Bus

NIP: 19671207 199203 1001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. Agung Wahyu Handaru, ST, MM NIP: 197811272006041001	Ketua		19 Juli 2013
2. Agung Kresnamurti RP, ST, MM NIP: 197404162006041001	Sekretaris		19 Juli 2013
3. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM NIP: 197206272006041001	Penguji Ahli		19 Juli 2013
4. Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si NIP: 197206171999031001	Pembimbing I		19 Juli 2013
5. Dra. Basrah Saidani, M.Si NIP: 196301191992032001	Pembimbing II		19 Juli 2013

Tanggal Lulus: 12 Juli 2013

ABSTRAK

Nadia Nurfadilah, 2013; Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen McDonald's (McD) Plaza Arion. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui deskripsi / gambaran dari persepsi kualitas pelayanan, persepsi nilai, dan minat beli ulang konsumen restoran McD, 2) untuk menguji secara empiris pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen restoran McD, 3) untuk menguji secara empiris pengaruh persepsi nilai terhadap minat beli ulang konsumen restoran McD, 4) untuk menguji secara empiris pengaruh persepsi kualitas pelayanan dan persepsi nilai secara bersama-sama terhadap minat beli ulang konsumen restoran McD. Objek penelitian ini konsumen yang minimal sudah dua kali makan di McD Plaza Arion sejumlah 100 orang. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan kausal. Hasil pengujian deskriptif menunjukkan konsumen merasa kualitas pelayanan dan nilai yang diberikan McD Plaza Arion masih kurang sehingga konsumen belum cukup memiliki minat beli ulang terhadap McD. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: 1) adanya pengaruh yang signifikan dari persepsi kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang (23.9%), 2) adanya pengaruh yang signifikan dari persepsi nilai terhadap minat beli ulang (36.3%), 3) persepsi kualitas pelayanan dan persepsi nilai secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen (39.1%).

Kata kunci: persepsi kualitas pelayanan, persepsi nilai, minat beli ulang.

ABSTRACT

Nadia Nurfadilah, 2013; The Influence of Perceived Service Quality and Perceived Value toward Repurchase Intention of McDonald's Consumer at Arion Plaza. Skripsi, Jakarta: Marketing Management Concentration, Management Study Program, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta.

The purpose of this research are: 1) to know the description of perceived service quality, perceived value, and repurchase intention of McD's consumers 2) test empirically the influence of perceived service quality toward repurchase intention of McD's consumers, 3) test empirically the influence of perceived value toward repurchase intention of McD's consumers, 4) test empirically the influence of perceived service quality and perceived value toward repurchase intention of McD's consumers. Object of the research is the consumers who has come to McD Arion Plaza minimum twice time. This is a descriptive and causal research. The result of descriptive test shows that perceived service quality and perceived value of McD Arion Plaza are still less so that the repurchase intention of consumers also less. The hypothesis test shows: 1) there is significant influence from perceived service quality to repurchase intention (23.9%), 2) there is significant influence from perceived value to repurchase intention (36.3%), 3) there is significant influence from perceived service quality and perceived value to repurchase intention (39.1%).

Keywords: perceived service quality, perceived value, repurchase intention.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan rasa syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas izin-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Sholawat serta salam tak lupa peneliti sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai tauladan. Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I
2. Dra. Basrah Saidani, M.Si selaku Dosen Pembimbing II
3. Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi (FE) UNJ
4. Hamidah, SE, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen, FE UNJ
5. Agung Wahyu Handaru, ST, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, FE UNJ
6. Seluruh dosen FE UNJ yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan banyak ilmu selama perkuliahan.
7. Seluruh karyawan dan konsumen McDonald's Plaza Arion yang telah membantu peneliti selama proses penelitian ini, Nova Yulianasari, Inessy Tika, Kiki, Afifah, dan lain-lain.
8. Kedua orangtua ku Nursidik dan Nina Ningsih, saudaraku Yudha Setiawan, Winda Triana, dan Yudhistira Wirawan, serta seluruh keluarga besar Kakek Abidin yang melimpahkan kasih sayang kepadaku, terimakasih.
9. Teman-teman jurusan Manajemen 2009, Bahja, Vifah, Eni, Ria, Rian, Novi, dan seluruh *Cengceremen* yang mengindahkannya proses perkuliahan peneliti.

10. Keluarga besar Lembaga Kajian Mahasiswa (LKM) yang telah memberikan semangat dan inspirasi kepada peneliti.
11. *English Debating Family* (EDF) UNJ yang memberikan warna indah tersendiri dalam karir perkuliahan peneliti.
12. Mba Fitri (Staff Jurusan Manajemen) yang telah banyak membantu dalam proses administrasi, serta kakak-kakak senior di jurusan manajemen yang telah memberikan arahan antara lain Muhammad Faizal, Dimas Geel, Ratih Arifianti, dan lain-lain.
13. *AADC girls* (Deti, Serli, Ami, Larissa), Lutfy Mairizal, Rizki Fadli, Egi Ryan, Listhari Baenanda, Rianto, Hamzah Ali, Bangun Indra, dan Muhammad Antariksa yang senantiasa mendoakan dan memberi kekuatan bagi peneliti untuk menghadapi setiap hambatan dalam proses penulisan skripsi.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang memerlukannya. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, peneliti dengan senang hati menerima kritik membangun, saran dan masukan dari pembaca sekalian.

Jakarta, Juli 2013

Nadia Nurfadilah