

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KHAS RASA DAN PENGALAMAN
BERBELANJA SECARA *OFFLINE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PEMPEK BERINGIN PALEMBANG
(STUDI KASUS PEMPEK BERINGIN RADIAL PALEMBANG)**

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Indo Global Mandiri



Disusun Oleh:

**ELISA BERLIANA
NPM. 2021510134**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
FAKULTAS EKONOMI
TAHUN 2025**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Khas Rasa Dan Pengalaman Berbelanja Secara *Offline* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Pempek Beringin Palembang (Studi Kasus Pempek Beringin Radial Palembang)

Nama : Elisa Berliana
NPM : 2021510134
Program Studi : Manajemen
Pembimbing I : Drs.H.Hamid Halin.,M.Si
Pembimbing II : Try Wulandari.,SE.,M.Fin.,CFP
Tanggal Ujian Skripsi : 14 Februari 2025

Palembang, 19 Februari 2025

Disetujui Oleh,

Pembimbing I,



Drs.H.Hamid Halin.,M.Si
NIDK.8979490024

Pembimbing II,



Try Wulandari.,SE.,M.Fin.,CFP
NIDN. 0223109401

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Mohammad Kurniawan DP,SE.,M.Si
NIDN. 0202067802

Dekan Fakultas Ekonomi



Budi Setiawan, SE.,MM.,Ph.D
NIDN. 0208048701

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini di ajukan oleh :

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan,Khas Rasa Dan Pengalaman Berbelanja Secara *Offline* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Pempek Beringin Palembang (Studi Kasus Pempek Beringin Radial Palembang)
Nama : Elisa Berliana
NPM : 2021510134
Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan Dosen Penguji Ujian Skripsi & Komprehensif dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

Penguji Ujian Skripsi dan Komprehensif,

Ketua Penguji :

Drs.H.Hamid Halin.,M.Si
NIDK.8979490024

Penguji I :

Yeni.,SE.,M.Si
NIDN.0204017801

Penguji II :

Dr. Siti Komariah Hildayanti.,MM.,CIRR.,CLMA
NIDN.0201077302

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen

Mohammad Kurniawan DP,SE.,M.Si
NIDN. 0202067802

Dekan Fakultas Ekonomi

Budi Setiawan, SE.,MM.,Ph.D
NIDN. 0208048701

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elisa Berliana
NPM : 2021510134
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun di perguruan tinggi lain.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palembang, 18 Februari 2025



Elisa Berliana
NPM. 2021510134

LEMBAR REVISI

Nama : Elisa Berliana
NPM : 2021510134
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Khas Rasa Dan Pengalaman Berbelanja Secara Offline Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Pempek Beringin Palembang (Studi Kasus Pempek Beringin Radial Palembang)

Ketua Penguji

:



Drs. H. Hamid Halin, M.Si
NIDK.8979490024

Penguji I

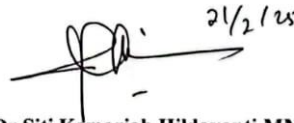
:



Yeni, SE, M.Si
NIDN.0204017801

Penguji II

:



Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM, CIRR, CLMA
NIDN.0201077302

Palembang, 19 Februari 2025
Ketua Program Studi Manajemen



Mohammad Kurniawan DP, SE, M.Si
NIDN.0202067802

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Khas Rasa dan Pengalaman Berbelanja Secara *Offline* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Pempek Beringin Palembang”. Dalam penyusunan proposal skripsi, penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. H. Marzuki Alie, S.E., M.M., Ph.D. selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang
2. Budi Setiawan, S.E., M.M., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Mohammad Kurniawan DP, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Drs. H. Hamid Halin., M.Si. selaku dosen pembimbing kesatu. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
5. Try wulandari, SE., M.Fin., CFP. selaku dosen pembimbing kedua. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang atas segala ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama ini kepada penulis.
7. Seluruh staf administrasi, staf perpustakaan, dan staf keamanan Universitas Indo Global Mandiri atas segala bantuannya selama ini.
8. Orang tua, Ayah dan Ibunda ku tercinta, terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan, dan doa di setiap keringat yang tak terhingga hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan meraih cita-cita.
9. Teman-teman Manajemen Angkatan 2021 atas segala kebersamaan dan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan membutuhkan.

Palembang, 18 Februari 2025

Elisa Berliana
NPM. 2021510134

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Khas Rasa, dan Pengalaman Berbelanja Secara Offline Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Pempek Beringin Palembang, dengan fokus pada Pempek Beringin Radial Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan populasi penelitian terdiri atas konsumen Pempek Beringin Radial Palembang. Sampel penelitian berjumlah 97 responden, yang dipilih menggunakan teknik *Accidental Sampling* dan dihitung menggunakan Rumus Lemeshow. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan secara langsung kepada konsumen yang dijadikan untuk sampel penelitian dan menggunakan analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen. Berdasarkan hasil penelitian koefisien regresi variabel kualitas pelayanan 0.514. Hasil ini dapat diartikan apabila variabel kualitas pelayanan mengalami peningkatan 1% maka besarnya variabel keputusan pembelian ulang konsumen meningkat sebesar 0.514 dengan asumsi semua variabel independen lain konstan. Koefisien regresi khas rasa sebesar 0.642. Hasil ini menunjukkan variabel khas rasa mengalami peningkatan 1% maka besarnya variabel keputusan pembelian ulang konsumen meningkat sebesar 0.642 dengan asumsi semua variabel independen lain konstan. Koefisien regresi pengalaman berbelanja sebesar 0.768. Hasil ini dapat diartikan apabila variabel pengalaman berbelanja mengalami peningkatan 1% maka besarnya variabel keputusan pembelian ulang konsumen meningkat sebesar 0.768 dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Khas Rasa, Pengalaman Berbelanja, Keputusan Pembelian Ulang Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of service quality, distinctive taste, and Offline shopping experience on consumers' repurchase decisions for Pempek Beringin Palembang, with a focus on Pempek Beringin Radial Palembang. The type of research used was descriptive quantitative with the research population consisting of consumers of Pempek Beringin Radial Palembang. The research sample consisted of 97 respondents, selected using the Accidental Sampling technique and calculated using the Lemeshow Formula. Data collection was carried out through questionnaires distributed directly to consumers who were used as research samples and using multiple linear regression analysis, which is a linear relationship between two or more independent variables. Based on the research results, the regression coefficient for the service quality variable is 0.514. This result can be interpreted as if the service quality variable increases by 1% then the size of the consumer repurchase decision variable increases by 0.514 assuming all other independent variables are constant. The typical taste regression coefficient is 0.642. These results show that the typical taste variable has increased by 1%, so the magnitude of the consumer repurchase decision variable has increased by 0.642 assuming all other independent variables are constant. The shopping experience regression coefficient is 0.768. This result can be interpreted as if the shopping experience variable increases by 1% then the size of the consumer repurchase decision variable increases by 0.768 assuming all other independent variables are constant.

Keywords: *Service Quality, Distinctive Taste, Shopping Experience, Consumer Repurchase Decision*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR REVISI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Teori Prilaku Konsumen	11
2.2 Kualitas Pelayanan	12
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	13
2.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan	14
2.3 Khas Rasa	15
2.3.1 Pengertian Khas Rasa	15
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Khas Rasa	16
2.3.3 Indikator Khas Rasa	18
2.4 Pengalaman Berbelanja	19
2.4.1 Pengertian Pengalaman Berbelanja	19
2.4.2 Perbedaan Pengalaman Berbelanja Langsung dan Tidak Langsung	20
2.4.3 Indikator Pengalaman Berbelanja	22
2.5 Keputusan Pembelian Ulang	24
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian Ulang	24
2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang	25
2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian Ulang	26
2.6 Penelitian Terdahulu	27
2.7 Kerangka Pemikiran	32
2.8 Hipotesis	33
2.8.1 Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian Ulang	34
2.8.2 Khas Rasa Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian Ulang	35
2.8.3 Pengalaman Berbelanja Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian Ulang	35

2.8.4 Kualitas Pelayanan, Khas Rasa Dan Pengalaman Berbelanja Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian Ulang	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	36
3.2 Objek Penelitian.....	37
3.3 Waktu dan Tempat Penelitian	37
3.4 Batasan Penelitian	37
3.5 Instrumen Penelitian.....	38
3.6 Jenis dan Sumber Data	39
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.8 Populasi dan Sampel	41
3.9 Teknik Analisis Data	43
3.9.1 Uji Kualitas Data	43
3.9.1.1 Uji Validitas.....	43
3.9.1.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.9.2 Uji Asumsi Klasik	44
3.9.2.1 Uji Normalitas	44
3.9.2.2 Uji Multikolinearitas.....	45
3.9.2.3 Uji Heteroskedastisitas	45
3.9.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
3.9.4 Uji Hipotesis	47
3.9.4.1 Uji Parsial (Uji t)	47
3.9.4.2 Uji Simultan (Uji F).....	48
3.9.4.3 Uji Koefisien Korelasi (Uji R)	49
3.9.4.4 Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²)	49
3.10 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	49
3.10.1 Variabel Independen (Variabel Bebas).....	49
3.10.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	53
4.1.1 Profil Perusahaan.....	53
4.1.2 Visi dan Misi	54
4.1.3 Struktur Organisasi	55
4.2 Hasil Penelitian	57
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
4.3 Analisis Deskriptif.....	61
4.3.1 Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan (X ₁)	61
4.3.2 Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Khas Rasa (X ₂)	63
4.3.3 Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Pengalaman Berbelanja (X ₃)	65
4.3.4 Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Keputusan pembelian Ulang (Y)	67
4.4 Analisis Hasil Penelitian.....	69
4.4.1 Hasil Uji Kualiiitas Data.....	69
4.4.1.1 Uji Validitas.....	69
4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	71

4.4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	72
4.4.2.1 Uji Normalitas	72
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas.....	74
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	75
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
4.4.4 Hasil Uji Hipotesis	78
4.4.4.1 Uji Parsial (Uji t).....	78
4.4.4.2 Uji Simultan (Uji F).....	80
4.4.4.3 Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi	81
4.5 Pembahasan	82
4.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang.....	82
4.5.2 Pengaruh Khas Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Ulang	83
4.5.3 Pengaruh Pengalaman Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian Ulang	84
4.5.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Khas Rasa dan Pengalaman Berbelanja Secara <i>Offline</i> Terhadap Keputusan Pembelian Ulang.....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	89
5.3 Implikasi Penelitian.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	95
1. Kuesioner Penelitian	95
2. Kartu Bimbingan.....	101
3. Tabulasi Data	103
4. Hasil Olah Data.....	106
5. Bukti Hadir Seminar Proposal Skripsi	125
6. Surat Izin Penelitian Dari Fakultas	126
7. Surat Balasan Dari Pempek Beringin Palembang.....	128
8. Surat Bebas Pustaka	129

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Cabang Pempek Beringin di Palembang.....	3
Tabel 1. 1 Kompetitor Pempek Beringin di Palembang.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Populasi Penelitian	41
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	50
Tabel 3. 3 Skala Alternatif.....	52
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	61
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Variabel Khas Rasa (X_2)	63
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Variabel Pengalaman Berbelanja (X_3).....	65
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian Ulang (Y)	59
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1).....	69
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Khas Rasa (X_2).....	70
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Pengalaman Berbelanja (X_3).....	70
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Ulang (Y).....	71
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinieritas	75
Tabel 4. 15 Hasil Heteoskedastisitas.....	75
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	77
Tabel 4. 17 Hasil Uji Parsial (Uji t)	69
Tabel 4. 18 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	80
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gafik Konsumen Pempek.	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi	55
Gambar 4. 2 Gambar Histogram Uji Normalitas.....	73
Gambar 4. 3 Grafik Normal P-P Plot Residual	74
Gambar 4. 4 Grafik Normal Scatterplot.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian	95
2. Kartu Bimbingan.....	1011
3. Tabulasi Data	1033
4. Hasil Olah Data.....	106
5. Bukti Hadir Seminar Proposal Skripsi	1255
6. Surat Izin Penelitian Dari Fakultas	1266
7. Surat Balasan Dari Pempek Beringin Palembang.....	1287
8. Surat Bebas Pustaka	12928