

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG PADA WAROENG BU USI**

MEDAN

SKRIPSI

Oleh :

DWI MAYANG AULIZA NST

17.832.0090



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2021

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)20/12/21

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG PADA WAROENG BU USI
MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Medan Area



OLEH :

DWI MAYANG AULIZA NST

NPM : 17.832.0090

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2021

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

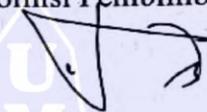
Document Accepted 20/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)20/12/21

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan kualitas Pelayanan Pada Waroeng Bu Usi Medan
Nama : DWI MAYANG AULIZA NST
NPM : 17.832.0090
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui oleh :
Komisi Pembimbing


(Hery Syahrial, SE.,M.Si)
Pembimbing

Mengetahui :


(Dk. Ihsan Effendi, SE.,M.Si)
Dekan


(Wan Rizca Amelia, SE.,M.Si)
Ka. Prodi Manajemen

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 6/September/2021

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Ulang pada Waroeng Bu Usi Medan**", disusun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan judul yang dimaksud belum pernah dimuat, dipublikasikan atau diteliti oleh mahasiswa lain dalam konteks penulisan skripsi untuk program S-1 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari, ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku pada saat skripsi ini dibuat.

Medan, 6 September 2021

Yang Membuat Pernyataan



Dwi Mayang Auliza Nst

NPM. 17.832.090

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah

ini :

Nama : Dwi Mayang Auliza Nst
NPM : 17.832.0090
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada universitas medan area hak bebas royalti nonexclusive (non-exclusive royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap niat pembelian ulang pada Waroeng Bu Usi Medan beserta perangkat yang ada (jika perlukan). Dengan hak bebas royalti Noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 23 Agustus 2021

Yang menyatakan



Dwi Mayang Auliza Nst

17.832.0090

RIWAYAT HIDUP

Penulis ini dilahirkan di Medan pada tanggal 4 Mei 1999 dan merupakan anak kedua dari ayah Hamzah Nst dan ibu SusiYulia.

Dan pada tahun 2017 Penulis Lulus dari SMA Negeri 12 Medan dan pada tahun 2017 terdaftar sebagai Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Selama mengikuti perkuliahan, penulis mengikuti kelas reguler di pagi/siang hari.



ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Waroeng Bu Usi Medan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap niat pembelian ulang pada waroeng Bu Usi Medan baik secara parsial mau simultan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebar angket. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *convenience sampling/accidental sampling* dengan sampel adalah para pembeli sebanyak 75 orang. Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda diperoleh kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang pada waroeng Bu Usi medan.

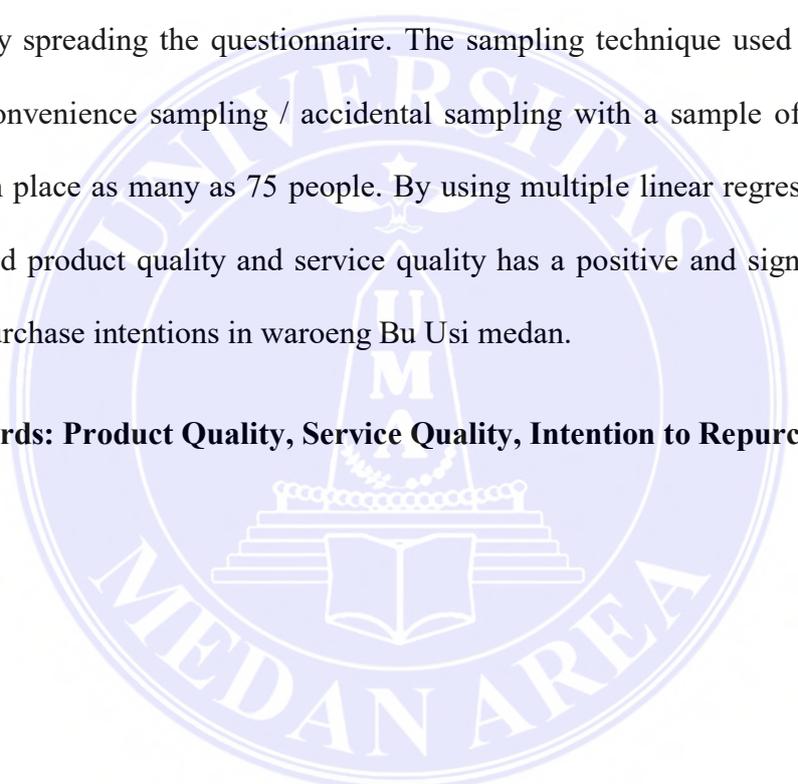
Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Niat Pembelian Ulang.

ABSTRACT

The Influence Of Product Quality And Service Quality On Repurchase Intentions At Waroeng Bu Usi Medan.

This research aims to test the effect of product quality and service quality on repurchase intentions on waroeng Bu Usi Medan. This type of research is associative quantitative research. The method of data collection in this study was done by spreading the questionnaire. The sampling technique used in this study used convenience sampling / accidental sampling with a sample of buyers who were in place as many as 75 people. By using multiple linear regression analysis obtained product quality and service quality has a positive and significant effect on repurchase intentions in waroeng Bu Usi medan.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Intention to Repurchase.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh... Dengan segala kerendahan hati penulis memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas berkat dan karunia-nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG PADA WAROENG BU USI MEDAN ”**. Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Medan Area.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang telah memberikan dukungan dalam bentuk doa maupun secara langsung dalam membantu penyusunan skripsi ini.

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ihsan Effendi, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Bapak Teddi Pribadi, SE, MM selaku Wakil Dekan Bidang Akademik
4. Bapak Ir. M. Yamin Siregar, MM selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan
5. Ibu Wan Rizca Amelia, SE, M.Si selaku Kaprodi Jurusan Manajemen Universitas Medan Area
6. Bapak Haryaji catur putera hasman, SE, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Medan Area

7. Bapak Hery Syahril, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing saya yang telah meluangkan waktunya membimbing saya dan banyak memberikan masukan – masukan ilmu yang sangat berharga dalam menyelesaikan skripsi saya dengan baik.
8. Bapak Dr. Ihsan Effendi.,M.Si selaku dosen Ketua Sidang saya, dan ibu Dra. Isnaniah LKS,MMA selaku dosen Sekretaris yang telah memberikan banyak saran dan masukkan dalam menyelesaikan skripsi saya.
9. Bapak Dr. Sugito, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing saya yang selalu bersedia memberikan saya saran yang sangat berharga untuk membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi saya.
10. Seluruh Dosen dan Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
11. Kepada kedua orang tua saya yang senantiasa mendoakan saya setiap harinya dan selalu mendukung apapun keputusan dan pilihan saya.
12. Teman - teman pejuang skripsi : Anggi ,Juliana, Sarifah, dan teman – teman lainnya yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan yang ada didalam penulisan skripsi ini, Oleh karena itu penulis menerima dalam segala kritikan dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta referensi untuk mendorong penelitian selanjutnya.

Medan, Mei 2021

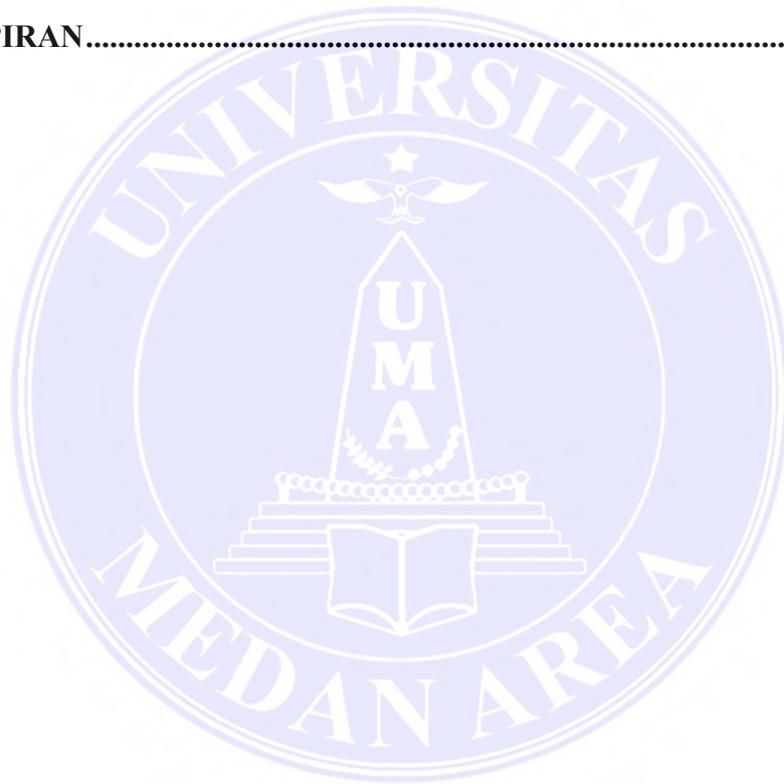
Dwi Mayang Auliza Nst

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.1. Rumusan Masalah	3
1.2. Tujuan Penelitian.....	3
1.3. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORITIS.....	5
2.1. Niat Pembelian Ulang.....	5
2.1.1. Pengertian Niat Pembelian Ulang	5
2.1.2. Dimensi Minat pembelian Ulang	5
2.1.3. Indikator Niat Pembelian Ulang.....	6
2.1.4. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang.....	6
2.2. Kualitas Produk	7
2.2.1. Pengertian Kualitas Produk.....	7
2.2.2. Dimensi Kualitas Produk	8
2.2.3. Indikator Kualitas Produk	9
2.3. Kualitas Pelayanan	9
2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	9
2.3.2. Dimensi Kualitas Pelayanan	10
2.3.3. Indikator Pengukur Kualitas Pelayanan.....	11
2.4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang.....	12
2.5. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang.....	12
2.6. Peneliti Terdahulu	12

2.7.	Kerangka Konseptual	13
2.8.	Hipotesis Penelitian	14
BAB III	15
METODELOGI PENELITIAN	15
3.1.	Jenis, Tempat dan Waktu Penelitian	15
3.1.1.	Jenis Penelitian.....	15
3.1.2.	Tempat Penelitian.....	15
3.1.3.	Waktu Penelitian	15
3.2.	Populasi Dan Sampel.....	16
3.2.1.	Populasi.....	16
3.2.2.	Sampel.....	17
3.3.	Definisi Operasional.....	18
3.4.	Jenis dan Sumber Data	19
3.4.1.	Jenis Data	19
3.4.2.	Sumber Data.....	19
3.5.	Teknik Analisis Data	21
3.5.2.	Metode Analisis Data.....	24
3.6.	Uji Hipotesis.....	27
BAB IV	30
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
4.1.	Hasil pembahasan.....	30
4.1.1.	Gambaran Umum Waroeng Bu Usi.....	30
4.1.2.	Stuktur Organisasi.....	30
4.2.	Uji Instrumen Penelitian.....	31
4.2.1.	Uji Validitas.....	31
4.2.2.	Uji Reliabilitas	34
4.3	Uji Asumsi Klasik	39
4.3.1.	Uji Normalitas.....	39
4.3.2.	Uji Multikolinieritas	42
4.3.3.	Uji Heteroskedastisitas	43
4.4.	Uji Hipotesis.....	46
4.4.1.	Koefisien Determinasi (R^2).....	46
4.4.2.	Uji F (Simultan).....	46
4.4.3.	Uji t (Parsial).....	47

4.5. Pembahasan	49
4.5.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang	49
4.5.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Ulang	50
4.5.3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Ulang	51
BAB V	52
KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1. Kesimpulan	52
5.2. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	57



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Waroeng Bu Usi 2020-2021	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	16
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	18
Tabel 3. 3 Bobot Nilai Angket	22
Tabel 4. 1 Validitas Kualitas Produk	31
Tabel 4. 2 Validitas Kualitas Pelayanan	32
Tabel 4. 3 Validitas Niat Pembelian Ulang.....	33
Tabel 4. 4 Jenis Kelamin Responden	37
Tabel 4. 5 Usia Responden.....	37
Tabel 4. 6 Lama Mengonsumsi	38
Tabel 4. 7 Pekerjaan Responden	38
Tabel 4. 8 Tabel Uji Kolmogorov-Smirnov	41
Tabel 4. 9 Tabel Uji Multikolinearitas	43
Tabel 4. 10 Uji Glejser	45
Tabel 4. 11 Uji F (Simultan)	47
Tabel 4. 12 Uji t (Parsial).....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	13
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	30
Gambar 4. 2 Grafik Histogram.....	40
Gambar 4. 3 <i>Probability Plot</i>	41
Gambar 4. 4 Uji Scatterplot	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	57
Lampiran 2 Master Data Sampel Dan Variabel Penelitian	63
Lampiran 3 Output Hasil Uji Statiska.....	74
Lampiran 4 Output Hasil Penelitian.....	76
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian.....	80
Lampiran 6 Surat Balasan Izin Penelitian.....	81



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Niat pembelian ulang menjadi faktor yang penting dalam penentu eksistensi suatu perusahaan. Suatu perusahaan perlu melakukan berbagai strategi untuk membuat konsumen merasa puas akan suatu produk yang ditawarkan sehingga konsumen berminat untuk melakukan pembelian ulang. Pemilihan strategi yang tepat akan membantu perusahaan untuk meningkatkan penjualan. Pada saat konsumen sudah merasakan manfaat dan mempunyai pengalaman yang baik dari pembelian sebelumnya, maka akan muncul perasaan suka atau tertarik pada produk tersebut. Hal ini menimbulkan niat seseorang untuk kembali membeli produk tersebut karena pengalaman yang diperolehnya. Perusahaan harus mampu memberikan produk (barang/jasa) yang memiliki kualitas baik dengan harga yang sesuai dan dengan kualitas pelayanan yang memuaskan agar dapat menimbulkan niat beli ulang konsumen terhadap produk yang ditawarkan perusahaan tersebut. Niat beli itu muncul karena kualitas atas produk yang disediakan telah cocok dengan yang mereka inginkan sehingga pelanggan akan berniat untuk melakukan pembelian atas produk yang ditawarkan untuk berikutnya. Oleh karena itu perusahaan harus mampu menarik konsumen dan menumbuhkan niat beli hingga melakukan pembelian atas suatu produk yang ditawarkan.

Waroeng Bu Usi merupakan sebuah usaha kuliner yang didirikan pada tahun 2014 dan berlokasi di jalan Gaperta Ujung Medan . Waroeng Bu Usi menyediakan berbagai menu makanan dan dilengkapi dengan fasilitas wifi.

Setelah penulis melakukan survey terdahulu pada waroeng Bu Usi Medan maka di peroleh hasil yang berkaitan dengan Niat Pembelian Ulang yaitu adapun fenomena yang terjadi pada waroeng bu usi medan yaitu adanya penurunan volume penjualan yang sangat drastis yang mengakibatkan pendapatan berkurang pada tahun 2020-2021 sampai maret, dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. 1 Data Penjualan Waroeng Bu Usi 2020-2021

No.	Keterangan	Tahun	Penurunan (%)
1.	Volume Penjualan Dan Pendapatan	2020	65%
2.	Volume Penjualan Dan Pendapatan	2021	35%

Sumber: Hasil observasi dari objek penelitian

Penurunan volume penjualan dan pendapatan dari masalah diatas berakibat niat pembelian ulang tidak sesuai dengan harapan. Oleh sebab itu peneliti ingin membuat sebuah model faktor-faktor yang dapat meningkatkan niat pembelian ulang.

Ada banyak faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembelian ulang Menurut hasil (Made & Made wardana, 2021) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi niat pembelian ulang, yaitu: harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Menurut (Dana et al., 2021) terdapat dua faktor yang mempengaruhi niat pembelian ulang, yaitu: *brand image* dan kualitas produk . dan menurut (Abdullah & Suyono, 2019) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi niat pembelian ulang yaitu : kualitas produk, kualitas pelayanan dan kelompok referensi. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis mengambil judul penelitian yaitu :

“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG WAROENG BU USI MEDAN”

1.1.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas dapat dirumuskan masalah dalam penelitian berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang pada Waroeng Bu Usi Medan ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang pada Waroeng Bu Usi Medan ?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang pada Waroeng Bu Usi Medan ?

1.2.Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang pada Waroeng Bu Usi Medan ?
2. Untuk menguji apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang pada Waroeng Bu Usi Medan ?
3. Untuk menguji apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang pada Waroeng Bu Usi Medan ?

1.3. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini akan menambah pengetahuan penulis mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap niat pembelian ulang.

2. Bagi Perusahaan

Dapat menambah wawasan tentang perilaku konsumen dan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat pembelian ulang dan memberi masukan untuk meningkatkan niat pembelian ulang.

3. Bagi peneliti lain

Dapat menjadi sumber referensi atau tambahan pemikiran untuk pengembangan ilmiah seputar kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap niat pembelian ulang.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

2.1. Niat Pembelian Ulang

2.1.1. Pengertian Niat Pembelian Ulang

Menurut (Kotler et al., 2016) Niat membeli kembali merupakan dorongan stimulus internal yang sangat memotivasi tindakan, dimana dorongan tadi ditentukan sang perasaan positif mengenai produk..

Menurut (Ain, N.dan Ratnasari, 2015) niat pembelian kembali adalah perilaku pasca pembelian yang ditimbulkan oleh konsumen yang merasa puas menggunakan produk yang dibeli atau dikonsumsi sebelumnya.

Menurut (Made & Made wardana, 2021) niat pembelian kembali adalah komitmen konsumen yang terbentuk sesudah konsumen membeli suatu produk atau layanan

2.1.2. Dimensi Minat pembelian Ulang

Menurut (Ali, 2013), *repurchase intention* dapat diidentifikasi melalui dimensi sebagai berikut:

- 1) *Transactional interest*: yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- 2) *Referential interest*: yaitu kecenderungan seseorang untuk merujuk pada orang lain.
- 3) *Preferential interest*: yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada suatu produk; preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan preferensi produk.

- 4) *Explorative interest*: minat ini mendeskripsikan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi tentang produk yang diminati dan mencari informasi untuk mendukung kualitas positif dari produk yang sama.

2.1.3. Indikator Niat Pembelian Ulang

Menurut (Ferdinand, 2002) indikator sebuah niat pembelian ulang yaitu :

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- 2) Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk merefrensikan produk kepada orang lain.
- 3) Minat prefrensial, yaitu yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utamam pada produk tersebut. Prefrensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
- 4) Minat eksploratif, yaitu minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

2.1.4. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang

Untuk mencapai niat pembelian ulang banyak faktor yang mempengaruhinya. Menurut (Liu & Lee, 2016) faktor yang mempengaruhi niat beli ulang adalah *service quality, monetary price, behavior price, and word of mouth*.

Menurut (Made & Made wardana, 2021), terdapat tiga faktor yang mempengaruhi niat pembelian ulang, yaitu: harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh (Dana et al., 2021) terdapat dua faktor yang mempengaruhi niat pembelian ulang, yaitu : citra merek dan kualitas produk.

2.2. Kualitas Produk

2.2.1. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan antar pelaku bisnis yang diberikan kepada konsumen. Berikut adalah apa yang para ahli ketahui tentang kualitas produk :

(Kotler et al., 2016) mendefinisikan kualitas produk sebagai berikut :
“Product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs”.

Menurut (Kotler et al., 2016), kualitas produk mengacu dalam kemampuan suatu produk buat menaruh output atau kinerja yang sinkron atau bahkan lebih menurut yang diharapkan pelanggan.

Dalam jurnal penelitian (Ehsani & Ehsani, 2015), menyatakan bahwa kualitas produk adalah persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa, dalam kaitannya dengan tujuannya, relatif terhadap alternatif.

Dalam jurnal penelitian (Anggita & Ali, 2017), kualitas produk merupakan karakteristik produk dalam kemampuan memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan dan kebutuhan laten.

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat dilihat bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Kebutuhan konsumen meliputi ketahanan produk, keandalan produk, kemudahan penggunaan, dan atribut berharga lainnya yang bebas dari kerusakan dan cacat.

2.2.2. Dimensi Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik produk. Dimensi kualitas produk menurut (Irawan & Handi, 2009) adalah sebagai berikut:

1) *Perfomance*

Ini adalah ukuran paling dasar dan terkait dengan fungsi utama produk. Jika mereka tidak memenuhi harapan konsumen terhadap dimensi ini, konsumen akan sangat kecewa.

2) *Realibility*

Realibility lebih menunjukkan probabilitas produk gagal menjalankan fungsinya.

3) *Feature*

Dimensi ini dapat dikatakan sebagai aspek sekunder. Fungsi adalah tujuan produsen melakukan inovasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

4) *Durability*

Suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu. Produk disebut awet kalau sudah banyak digunakan atau sudah lama sekali digunakan. Yang pertama adalah awet secara teknis dan yang kedua awet secara waktu.

5) *Conformance*

Dimensi ini menunjukkan seberapa jauh sesuatu produk dapat menyamai standar atau spesifikasi tertentu. Produk yang mempunyai kesesuaian yang tinggi berarti produknya sesuai dengan standar yang telah ditentukan.

6) *Design*

Dimensi ini adalah dimensi yang unik. Dimensi ini banyak menawarkan aspek emosional dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dimensi ini dimasukkan dalam faktor pendorong emosi.

2.2.3. Indikator Kualitas Produk

Dalam penelitian ini akan digunakan tiga indikator menurut (Kotler, 2005) yang mencirikan percaya diri yaitu:

- 1) rasanya yang enak; yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
- 2) fitur produk; yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- 3) daya tahan kemasan, yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.

2.3. Kualitas Pelayanan

2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

(Algifari, 2016) mendefinisikan kualitas layanan sebagai tingkat keunggulan yang memenuhi kebutuhan konsumen. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu layanan yang diharapkan dan layanan yang diterima oleh pengguna. Jika pelayanan yang diterima atau dipersepsikan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dianggap baik dan memenuhi

kebutuhan pelanggan. Jika pelayanan yang diterima melebihi harapan konsumen maka kualitas pelayanan akan dianggap sebagai kualitas yang ideal. Kualitas layanan memotivasi pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan prosedur internal perusahaan untuk memperkenalkan produk dan merek yang sudah ada (Putri & Ferdinand, 2016) . Kualitas pelayanan yang bersahabat dan rendah hati akan menentukan sikap konsumen dalam evaluasi, pengambilan keputusan dan kesan selama produsen memberikan arahan atau memberikan produknya dan sudah memberikan pelayanan kepada konsumen (Wahab, 2017).

2.3.2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Untuk mengukur Kualitas pelayanan suatu jasa, maka dapat dilihat dari dimensi kualitas jasa, berikut ini (Tjiptono, 2014)

- 1) Bukti fisik: Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan-bahan komunikasi;
- 2) Reliabilitas: Kemampuan memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan andal;
- 3) Daya tanggap: Kesiediaan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara tepat;
- 4) Kompetensi: Penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan;
- 5) Kesopanan: Sikap santun, respek, perhatian dan keramahan para staf lini depan;
- 6) Kredibilitas: Sifat jujur dan dapat dipercaya;
- 7) Keamanan: Bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan; 8) Akses: Kemudahan untuk dihubungi dan ditemui;

- 8) Komunikasi: Memberikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan mereka;
- 9) Kemampuan memahami pelanggan: Berupaya untuk memahami pelanggan dan kebutuhan mereka.

2.3.3. Indikator Pengukur Kualitas Pelayanan

Menurut (Zeithaml v.a., Parasuraman A., 1990), konsumen menggunakan lima indikator kualitas pelayanan jasa dalam menilai kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti fisik (*Tangible*)

Kemampuan perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya di antara pihak eksternal.

2. Keandalan (*Reliability*),

Artinya, kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan secara akurat dan terpercaya.

3. Ketanggapan, (*Responsiveness*),

Artinya, perusahaan memberikan kepada pelanggan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang cepat (respon) dan tepat dengan memberikan informasi yang jelas, membiarkan pelanggan menunggu pandangan negatif terhadap kualitas pelayanan.

4. Jaminan dan kepastian (*Assurance*),

Yakni, pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan untuk meningkatkan kepercayaan pada pelanggan perusahaan.

5. Empati (*Empathy*)

Artinya, melalui upaya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, memberikan perhatian yang tulus dan pribadi atau pribadi kepada pelanggan.

2.4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang

Penelitian yang menunjukkan pengaruh kualitas produk terhadap minat pembelian ulang telah dilakukan oleh, (Made & Made wardana, 2021), (Dana et al., 2021), (Girsang et al., 2020), (Abdullah & Suyono, 2019), (Sharia et al., 2019). Hasil penelitian mereka menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap minat pembelian ulang.

2.5. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang

Penelitian yang menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat pembelian ulang telah dilakukan oleh, (Abdullah & Suyono, 2019), (Dei & Mensah, 2018), (Pratiwi & Wardi, 2019), (Savirah et al., 2020), (Made & Made wardana, 2021). Hasil penelitian mereka menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap minat pembelian ulang.

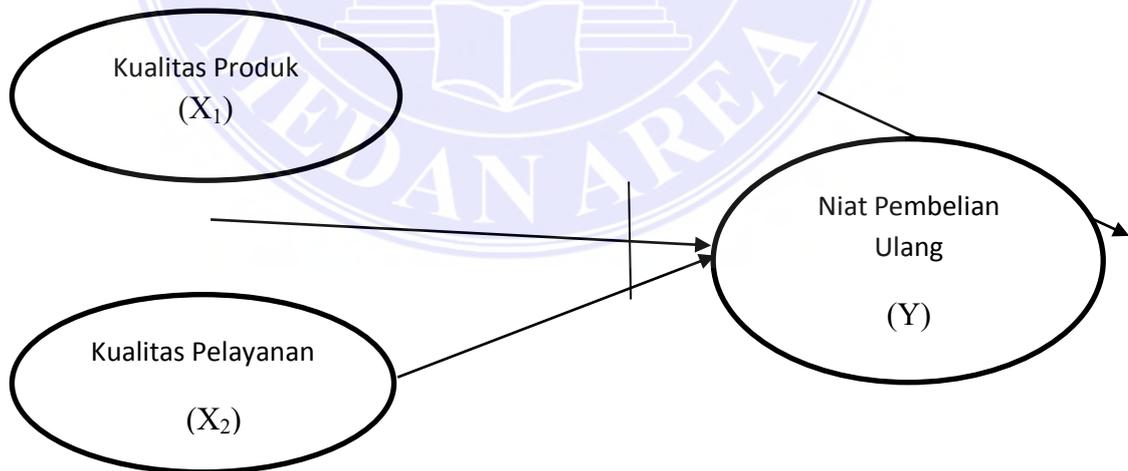
2.6. Peneliti Terdahulu

Penelitian – penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan referensi dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Hipotesis	Variabel Independent	Variabel Dependent	Hasil Penelitian	Referensi / Sumber
H ₁	Kualitas Produk	Niat Beli Ulang	Hasil penelitian mereka menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap niat pembelian ulang.	(Made & Made wardana, 2021),(Dana et al., 2021), (Girsang et al., 2020),(Abdullah & Suyono, 2019),(Sharia et al., 2019).
H ₂	Kualitas Layanan	Niat Beli Ulang	Hasil penelitian mereka menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap niat pembelian ulang.	(Abdullah & Suyono, 2019),(Dei & Mensah, 2018),(Pratiwi & Wardi, 2019),(Savirah et al., 2020)

2.7. Kerangka Konseptual

**Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual**

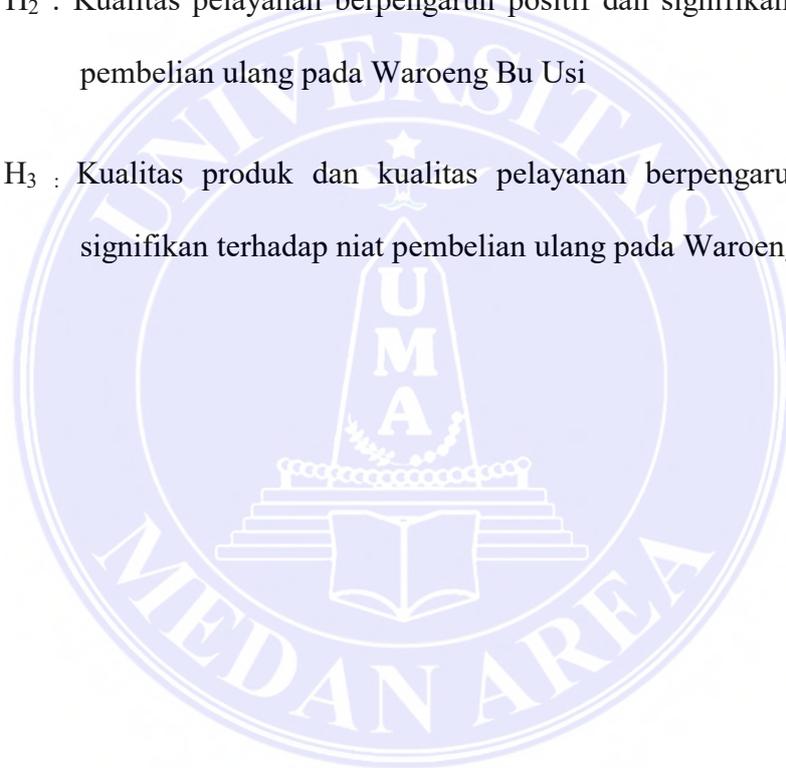
2.8. Hipotesis Penelitian

Hipotesis ini merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian yang perlu diverifikasi. Berdasarkan latar belakang masalah, landasan teori dan kerangka konseptual, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang pada Waroeng Bu Usi

H₂ : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang pada Waroeng Bu Usi

H₃ : Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang pada Waroeng Bu Usi .



BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1. Jenis, Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Metode penelitian asosiatif yang didefinisikan oleh (Sugiyono, 2017) yaitu: “Penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih.” Hasil penelitian ini dapat membangun suatu teori yang dapat digunakan untuk menjelaskan, memprediksi dan mengontrol suatu gejala.

3.1.2. Tempat Penelitian

Penelitian ini di rencanakan di waroeng bu usi jln Gaperta Ujung kota Medan. Waktu penelitian ini dimulai pada awal bulan September 2020

3.1.3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian direncanakan pada bulan September 2020 sampai dengan bulan September 2021. Untuk lebih jelasnya berikut disajikan tabel waktu penelitian

1.2.2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Metode yang digunakan dalam menentukan besaran sampel yang akan digunakan yaitu dengan menggunakan metode non-probability sampling yaitu dengan sampling insidental (accidental sampling) yang merupakan teknik penentuan sampel secara kebetulan, atau siapa saja yang kebetulan (accidental) bertemu dengan peneliti yang dianggap cocok dengan karakteristik sampel yang ditentukan akan dijadikan sampel (Sugiyono, 2017). Yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah beberapa konsumen Waroeng Bu Usi yang berada di tempat dan sedang melakukan pembelian. Adapun kriteria yang ditentukan peneliti dalam penelitian ini yaitu :

1. Konsumen yang melakukan pembelian di Waroeng Bu Usi minimal 2-3 kali.
2. Konsumen yang mengetahui tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan yang berusia diatas 15 tahun.

Menurut (Arikunto, 2010) tentang pengambilan sampel dalam penelitian adalah jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih. Jumlah sampel yang didapat dalam penelitian ini sebanyak 75 responden. Dengan demikian menurut teori diatas jika subjek kurang dari 100 orang maka

sebaiknya diambil semuanya yaitu 75 responden. Sampel sebanyak 75 responden ini yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti serta memenuhi kriteria yang ditentukan peneliti lalu mengisi kuesioner. Jumlah sampel ini ditemui peneliti selama 2 minggu lebih waktu penelitian.

3.3. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah petunjuk tentang bagaimana mengukur variabel. Definisi operasional adalah informasi yang sangat membantu untuk penelitian dengan menggunakan variabel yang sama. Di bawah ini definisi operasional dari penelitian yang akan dilakukan

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi operasional	Indikator variabel	Skala ukur
1	Minat pembelian ulang	Minat beli ulang adalah keinginan dan tindakan konsumen untuk membeli ulang suatu produk, karena adanya kepuasan yang diterima sesuai yang di inginkan dari suatu produk.	1) Minat transaksional 2) Minat referensial 3) Minat prefensial 4) Minat eksploratif	Likert
2	Kualitas Produk	Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.	1) Rasanya yang enak 2) Fitur produk 3) Daya tahan kemasan	Likert
3	Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh	1) Bukti fisik 2) Keandalan 3) Ketanggapan 4) Jamnan dan	Likert

		perusahaan guna memenuhi harapan konsumen .pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang	kepastian 5) Empati	
--	--	---	------------------------	--

3.4. Jenis dan Sumber Data

3.4.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Pengertian data kuantitatif menurut (Kotler, 2011) adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang di angkakan.

3.4.2. Sumber Data

Sumber data untuk mendapatkan data – data maupun informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka peneliti ini menggunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu:

1) Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2017) data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data dalam penelitian ini yaitu menggunakan sumber data eksternal dimana data didapat melalui penyebaran kuisisioner

a. Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2017) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atas pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini

peneliti langsung terjun kelapangan guna mendapatkan jawaban responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian.

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada subjek yang diteliti untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan peneliti. Dengan membagikan kuesioner kepada semua konsumen Wroeng Bu Usi Yang bersedia menjadi responden dan memenuhi kriteria yang ditetapkan. Data diukur dengan skala *Likert*, yang mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel ditetapkan sebagai titik ukur untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

2) Data Sekunder

Pengertian data sekunder menurut (Kotler, 2011) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber pada literature dan buku-buku perpustakaan atau data-data yang diperoleh dari perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu:

a. Studi Kepustakaan

Data yang diperoleh dalam studi kepustakaan ini adalah buku-buku, karya ilmiah, serta pendapat para ahli yang memiliki relevansi terhadap penelitian yang dilakukan.

b. Studi Dokumen

Data diperoleh melalui catatan-catatan atau dokumen yang ada di lokasi penelitian yang relevan dengan masalah yang diteliti.

3.5. Teknik Analisis Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian kepustakaan (*library research*)

Penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data yang bersumber dari berbagai literatur yang berhubungan dengan masalah yang di bahas.

2. Penelitian lapangan (*field research*)

Penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara langsung ke lokasi usaha, seperti menyebar kuesioner (angket), yaitu Teknik pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pernyataan kepada responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian. Kuesioner yang dibagikan berupa daftar pernyataan. Kuesioner (angket) merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pernyataan.

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Tabel 3. 3 Bobot Nilai Angket

3.5.1. Instrumen Penelitian

3.5.1.1. Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2018a) Validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang kita gunakan mampu mengukur apa yang kita ingin ukur bukan mengukur yang lain. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh keusioner tersebut.

Uji validitas mengkorelasikan skor tiap butir pernyataan dengan skor total yang merupakan jumlah dari setiap skor butir pernyataan. Apabila terdapat butir pernyataan yang tidak memenuhi syarat maka butir pernyataan tersebut tidak dapat diteliti lebih lanjut.

Untuk menguji validitas instrument, penelitian melakukan uji signifikan dengan melihat penampilan output SPSS. Berikut kriteria hasil pengujiannya:

- a. Jika nilai probabilitas atau $\text{sig} < 0,05$, maka butir pernyataannya atau indikator tersebut dinyatakan valid atau layak digunakan dalam pengambilan data.
- b. Jika nilai probabilitas atau $\text{sig} > 0,05$, maka butir pernyataannya atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid atau tidak layak digunakan dalam pengambilan data.

3.5.1.2. Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2018) realibilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliable atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Metode yang digunakan adalah metode *Cronbach's Alpha*. Metode ini diukur berdasarkan skala alpha *Cronbach* 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai alpha *Cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel.
2. Nilai alpha *Cronbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel.
3. Nilai alpha *Cronbach* 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel.
4. Nilai alpa *Cronbach* 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel.
5. Nilai alpha *Cronbach* 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel.

3.5.2. Metode Analisis Data

3.5.2.1. Uji Asumsi Klasik

Menurut (Ghozali, 2018) Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang di peroleh adalah linier dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka ada kondisi atau syarat-syarat tersebut dikenal dengan suatu uji yang disebut uji asumsi klasik.

Menurut (Sugiyono, 2010) Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas, jika terdapat heteroskedastisitas, maka varian tidak konstan sehingga dapat menyebabkan bisanya standar *error*, jika terdapat multikolinieritas, maka akan sulit untuk mengisolasi pengaruh-pengaruh individual dari variabel, sehingga tingkat signifikansi koefisien regresi menjadi rendah. Oleh karena itu, uji asumsi klasik perlu dilakukan.

a. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2016) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.8 Jika nilai residual tidak mengikuti distribusi normal maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Dasar pengambilan keputusan uji normalitas yaitu dengan melihat tampilan grafik histogram, apabila grafik menunjukkan pola data terdistribusi secara normal, bentuk kurva pada histogram memiliki bentuk seperti lonceng. Namun bila dilihat grafik histogram memberikan pola yang sedikit menceng ke kiri atau kanan, dapat dikatakan variabel pengganggu atau residual mendekati distribusi normal.

Kemudian untuk lebih memastikan hasil analisis, uji normalitas penelitian ini juga dapat dilihat dengan *normal probability plot*. Grafik *normal probability plot* menggambarkan bahwa apabila data mendekati distribusi normal terlihat data menyebar disekitar diagonal dan mengikuti arah garis atau grafiknya. Meskipun data sedikit keluar garis dan kemudian mengikuti kembali garis diagonalnya, maka data observasi dikatakan mendekati distribusi normal.

Pengujian normalitas juga dapat menggunakan metode *kolmogrov-Smirnov*. Bedanya, output yang dihasilkan *Kolmogrov-Smirnov* berupa tabel. Menurut (Santoso, 2012) Pendapat untuk pedoman pengambilan keputusan data-data yang mendekati atau merupakan distribusi normal pada metode *Kolmogrov-Smirnov* dapat diukur melalui:

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka distribusi data normal
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka distribusi data tidak normal

Hipotesis yang digunakan:

1. H_0 : data residual berdistribusi normal
2. H_a : data residual tidak berdistribusi normal

b. Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2016) Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Multikolinearitas adalah situasi adanya variabel-variabel bebas diantara satu sama lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

1. nilai R² yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris yang sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen terdapat korelasi yang cukup tinggi (di atas 0,95), maka merupakan indikasi adanya multikolinieritas.
3. Melihat nilai tolerance dan variance inflatiom factor (VIF). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut (Ghozali, 2016) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari satu residual dari pengamatan satu kepengamatan lain te87tap, maka disebut homokedastisitas jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Menurut (Ghozali, 2011) cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik Scatterplot. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas yaitu:

1. Jika ada pola tertentu seperti titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi/ bebas heteroskedastisitas.

Menurut (Ghozali, 2011) analisis dengan grafik *plot* masih belum cukup menjamin keakuratan hasil, untuk itu uji heteroskedastisitas juga dapat di deteksi melalui uji *glejser* dengan membandingkan nilai signifikansi yang ditetapkan, namun jika nilai probabilitas atau *sig* < dari 0,05 maka telah terindikasi heteroskedastisitas.

3.6. Uji Hipotesis

A. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2016) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam rangka menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Menurut (Ghozali, 2016) menyatakan jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted R2* negatif, maka nilai *adjusted R2* dianggap nol.

B. Uji Simultan (Uji F)

Menurut (Ghozali, 2016) Uji F disini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama–sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Prosedur yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

- a) Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat bebas ($n - k$), dimana n : jumlah pengamatan dan k : jumlah variabel.
- b) Kriteria keputusan :
 1. Uji Kecocokan model ditolak jika $\alpha > 0,05$
 2. Uji Kecocokan model diterima jika $\alpha < 0,05$

C. Uji Parsial (Uji t)

Menurut (Ghozali, 2016) Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat keyakinan (*significance level*) 95% atau 0,05 ($\alpha = 5\%$). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas atau Sig.<0,05 maka hipotesis diterima. Ini berarti bahwa secara individual variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai probabilitas atau Sig. > 0,05 maka hipotesis ditolak. Ini berarti bahwa secara individual variabel bebas tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Selain itu, dalam pengujian signifikan parsial, pada tabel sudah terdapat analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mencari keadaan (naik turunnya) nilai variabel dependen, apabila variabel-variabel independent sebagai *predictor* dimanipulasi nilainya (Sugiyono, 2013). Untuk menganalisis regresi linier berganda dibutuhkan paling sedikit dua variabel independent. Model regresi menurut (Sugiyono, 2012) dinyatakan dalam persamaan:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

$$Y = \text{Niat pembelian ulang}$$

X_1 = Kualitas produk

X_2 = Kualitas pelayanan

β_0 = konstanta

$\beta_{1,2}$ = koefisien Regresi

e = Standar error (tingkat kesalahan) yaitu 0,05 (5%)



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan yang telah penulis susun, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian kualitas produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap niat pembelian ulang pada Waroeng Bu Usi Medan . Nilai positif ditunjukkan oleh nilai beta kualitas produk pada tabel uji t sebesar 0,196 dan tidak signifikan ditunjukkan dengan nilai sig kualitas produk sebesar $0.162 > 0,05$
2. Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang pada Waroeng Bu Usi Medan . Nilai positif ditunjukkan oleh nilai beta kualitas pelayanan pada tabel uji t sebesar 0,307 dan signifikan ditunjukkan dengan nilai sig kualitas pelayanan $0,001 < 0,05$.
3. Berdasarkan hasil penelitian nilai uji F bernilai sebesar 7.100 dan nilai sig sebesar $0,002 < 0,05$ sehingga pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang pada Waroeng Bu Usi Medan.

5.2. Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, adapun saran yang dapat peneliti berikan adalah:

1. Kualitas Produk harus memperhatikan kualitas setiap produk, terutama mengenai daya tahan produk karena itu merupakan salah satu faktor yang

sangat mempengaruhi niat pembelian kembali. Usaha yang dapat dilakukan adalah memberikan pelatihan kepada para karyawan terutama koki yang meracik bumbu dan pengolahan bahan baku yang tepat agar daya tahan produknya lebih baik, cita rasa yang dimiliki tetap terjaga dan tidak menghilangkannya, sehingga Waroeng Bu Usi tidak kehilangan ciri khasnya.

2. Kualitas Pelayanan diharapkan Waroeng Bu Usi dimasa yang akan datang dapat terus mempertahankan, mengendalikan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikannya menjadi lebih baik lagi dan memberikan pelatihan secara berkala terhadap karyawan, melakukan survey terhadap keinginan konsumen , melakukan perekrutan karyawan dengan benar dan tepat sehingga konsumen lebih terpuaskan dengan pelayanan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2016). *Mengukur Kualitas Layanan dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance-Perfomance Analysis (IPA), dan Model Kano*. Yogyakarta : BPFE.
- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta : CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ferdinand, A. (2002). Kualitas Strategi Pemasaran : sebuah studi pendahuluan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 1(1), 107–119.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, & Handi. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT GRAMEDIA : Jakarta.
- Kotler. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods) (4th ed.)*. Alfabeta.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran jilid 1 (11th ed.)*. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip, & L.Keller., K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- santoso. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. PT.Elex Komputindo.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta (ed.)).
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset, Yogyakarta.

JURNAL PENELITIAN

- Abdullah, M. C., & Suyono, J. (2019). THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY,

SERVICE QUALITY, REFERENCE GROUPS FOR REPURCHASE INTENTION IN A KOPI GAPTEK SURABAYA. *Journal of World Conference (JWC)*, 1(2), 282–288.

Ain, N.dan Ratnasari, R. T. (2015). *PENGARUH CITRA MEREK MELALUI SIKAP KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA PRODUK BUSANA MUSLIM ZOYA DI SURABAYA*. 2(7), 553–569.

Anggita, R., & Ali, H. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District). *Multidisciplinary Journal*.

Dana, T. G. P., Agus, K., & Pramudana, S. (2021). *Open Access The Role of Brand Image in Mediating The Influence of Product Quality on Re-Purchase Intentions Pocari Sweat Isotonic Beverages*. 1, 255–258.

Dei, R., & Mensah, I. (2018). *Effects of service quality and customer satisfaction on repurchase intention in restaurants on University of Cape Coast campus*
Effects of service quality and customer satisfaction on repurchase intention in restaurants on University of Cape Coast campus.

Ehsani, Z., & Ehsani, M. (2015). Effect of Quality and Price on Customer Satisfaction and Commintment in Iran Auto Industry. *International Journal of Service Science, Management and Engineering*, 1, 52–56.

Girsang, N. M., Rini, E. S., & Gultom, P. (2020). *European Journal of Management and Marketing Studies THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON RE-PURCHASE INTENTION WITH CUSTOMER SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLES IN CONSUMERS OF SKINCARE ORIFLAME USERS – A STUDY ON STUDENTS OF NORTH SUMATRA* . 40–57.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.3627548>

Liu, C. H. S., & Lee, T. (2016). Service quality and price perception of service: Influence on word-of-mouth and revisit intention. *Journal of Air Transport Management*, 52, 42–54. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2015.12.007>

Made, M., & Made wardana. (2021). *Open Access THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION , PRODUCT QUALITY , AND SERVICE QUALITY ON REPURCHASE INTENTION Made Mahendrayanti , I Made Wardana*. 1, 182–188.

Pather, P. (2017). BRAND EQUITY AS A PREDICTOR OF REPURCHASE INTENTION OF MALE BRANDED COSMETIC PRODUCTS IN SOUTH AFRICA Pravenshi Pather University of the Witwatersrand (Wits Business School). *Brand Equity As a Predictor of Repurchase Intention of Male Branded Cosmetic Products in South Africa*, 2(January 2017), 1–23.

- Pratiwi, D. R., & Wardi, Y. (2019). *The Influence of Brand Personality , Service Quality , and Store Atmosphere toward Repurchase Intention Ethic Barbershop Padang. 01*, 1–7.
- Putri, A. L., & Ferdinand, A. T. (2016). Analisis Pengaruh Citra Toko dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko H.A Laury di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–13.
- Savirah, A. S., Agitson, K., Octaviani, R. D., & Suminar, R. (2020). *THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND BRAND AWARENESS ON REPURCHASE INTENTION (THE STUDY ON ARGO PARAHYANGAN PRIORITY TRAIN)*. 343–351.
- Sharia, P., Jakarta, B., & Ali, H. (2019). *Purchase Decision and Repurchase Models : Product Quality and Process Analysis (Case Study of House Ownership Credit Financing in. 9771*(August 2018), 526–535. <https://doi.org/10.36348/SB.2019.v05i09.006>
- Wahab, W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah di kota Pekanbaru. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 02 (10), 51–56.
- Zeithaml v.a., Parasuraman A., B. L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectation*. United States of America: The Free Press.

LAMPIRAN

Lampiran 1 :

Kuesioner Penelitian

Bapak/Ibu, Saudara/I responden yang terhormat, dalam rangka pengumpulan data untuk penelitian dan kepentingan ilmiah, saya mohon kesediaannya untuk menjawab/mengisi beberapa pertanyaan dari kuesioner yang ada di bawah ini. Jawaban yang Bapak/Ibu, Saudara/I berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan ilmiah saja.

Jawaban yang Bapak/Ibu, Saudara/I berikan sangat berguna sekali untuk penyelesaian skripsi saya dan saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas bantuan Bapak/Ibu, Saudara/I berikan

PETUNJUK PENGISIAN INSTRUMEN PENELITIAN (ANGKET)

1. Untuk mengisi identitas, bapak/ibu/saudara (i) cukup mengisi titik atau coret yang tidak perlu
2. Mohon bapak/ibu memberikan jawaban yang sebenarnya sesuai dengan kondisi yang atau fakta yang diraskan.
3. Jawaban yang bapak/ibu berikan kami jamin kerahasiaannya dan hanya dipergunakan sebatas untuk kepentingan penelitian serta tidak memberikan pengaruh negatif baik secara pribadi maupun pada perusahaan.
4. Berilah tanda (X) pada kolom sesuai dengan jawaban Bapak/Ibu/Saudara, dan kemukakan alasan terhadap setiap alternatif pilihan/jawaban yang disediakan dalam pertanyaan kuesioner adalah :

- Sangat Tidak Setuju Point 1
- Tidak Setuju Point 2
- Netral Point 3
- Setuju Point 4
- Sangat Setuju Point 5

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin : Laki - Laki Perempuan
3. Umur : 15 - 24 Tahun 25 – 34 Tahun
 35 - 44 Tahun >44 tahun
4. Lama mengkonsumsi : <1 Tahun 1-2 Tahun
 <3 Tahun 3-4 Tahun
5. Pekerjaan : Mahasiswa / Pelajar Pegawai Negri
- Sipil/Swasta Ibu Rumah Tangga Wirausaha
 Lain – Lain

“ pernyataan kualitas produk ”

No	Referensi	Adaptasi	Keterangan					
			1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)	

1.	Rasa Yang Enak					
	McDonald's memiliki rasa khas pada setiap produknya.	Waroeng Bu Usi memiliki rasa khas pada setiap produknya				
	Cita rasa pada produk yang ditawarkan oleh McDonald's sesuai dengan harapan saya	Cita rasa pada produk yang ditawarkan oleh Waroeng Bu Usi sesuai dengan harapan saya.				
2.	Fitur Produk					
	Saya sangat tertarik dengan menu makanan yang ditawarkan McDonald's kepada saya.	Saya sangat tertarik dengan menu yang ditawarkan Waroeng Bu Usi kepada saya.				
	Menu makanan yang ditawarkan McDonald's dirancang dengan sedemikian rupa.	Menu yang ditawarkan Waroeng Bu Usi dirancang dengan sedemikian rupa.				
3.	Daya Tahan Kemasan					
	Produk makanan yang ditawarkan McDonald's kepada saya merupakan produk yang dirancang sedemikian rupa	Produk makanan yang ditawarkan Waroeng Bu Usi kepada saya merupakan produk yang dirancang sedemikian rupa				
	Produk makanan yang ditawarkan McDonald's kepada saya memiliki daya tahan yang tinggi sesuai dengan kebutuhan konsumen.	Produk makanan yang ditawarkan Waroeng Bu Usi kepada saya memiliki daya tahan yang tinggi sesuai dengan				

	kebutuhan konsumen.					
--	---------------------	--	--	--	--	--

“ Pernyataan kualitas pelayanan ”

No	Referensi	Adaptasi	Keterangan				
			1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1.	Bukti Fisik (Tangibles)						
	a. Saya merasa nyaman dengan penampilan ruangan dan fasilitas yang ada pada MCDONALD'S	a. Saya merasa nyaman dengan penampilan ruangan dan fasilitas yang ada pada Waroeng Bu Usi.					
	b. Karyawan MCDONALD'S bersih, rapih, dan berpakaian yang serasi	b. Karyawan Waroeng Bu Usi rapi dan bersih.					
2.	Keandalan (Realibility)						
	a. Saya sangat terpuaskan dengan menu produk yang ditawarkan McDonald's kepada saya.	a. Saya sangat terpuaskan dengan menu produk yang ditawarkan Waroeng Bu Usi kepada saya.					
	b. Kepuasan yang saya peroleh dalam mengkonsumsi produk McDonald's bertahan dalam periode waktu yang lama.	c. Kepuasan yang saya peroleh dalam mengkonsumsi produk Waroeng Bu Usi bertahan dalam periode waktu yang lama.					
3.	Daya Tangkap (Responsiveness)						

	a. MCDONALD'S memberikan layanan yang ekstra untuk memenuhi keinginan pelanggan.	a. Waroeng Bu Usi memberikan layanan yang ekstra untuk memenuhi keinginan pelanggan.					
	b. Karyawan MCDONALDS memberikan layanan yang cepat.	c. Karyawan Waroeng Bu Usi memberikan layanan yang cepat.					
4.	Jaminan (Assurance)						
	a. Karyawan MCDONALD S membuat saya merasa nyaman ketika berada disana.	a. Karyawan Waroeng Bu Usi membuat saya merasa nyaman ketika berada disana.					
	b. Karyawan MCDONALDS dapat menjawab pertanyaan saya dengan baik	b. Karyawan Waroeng Bu Usi dapat menjawab pertanyaan saya dengan baik					
5.	Dukungan (Empathy)						
	a. Karyawan MCDONALD S sangat memperhatikan kepentingan saya saat saya memerlukan sesuatu.	a. Karyawan Waroeng Bu Usi sangat memperhatikan kepentingan saya saat saya memerlukan sesuatu.					
	b. Karyawan MCDONALDS membuat saya merasa yang di utamakan.	b. Karyawan Waroeng Bu Usi membuat saya merasa yang di utamakan.					

“ Pernyataan Niat Beli Ulang”

No	Referensi	Adaptasi	Keterangan
----	-----------	----------	------------

			1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1.	Minat Transaksional						
	a. Saya selalu mengkonsumsi produk yang disediakan oleh MCDONALDS	Saya selalu mengkonsumsi produk yang disediakan oleh Waroeng Bu Usi					
	b. MCDONALDS membuat saya ketagihan dengan menu makanan yang ada	Waroeng Bu Usi membuat saya ketagihan dengan menu makanan yang ada					
	c. MCDONALDS membuat saya ketagihan dengan menu minuman yang ada	d. Waroeng Bu Usi membuat saya ketagihan dengan menu minuman yang ada					
2.	Minat Referensial						
	a. Saya senantiasa merekomendasikan menu makanan yang baru kepada kerabat	Saya senantiasa merekomendasikan produk yang baru kepada kerabat					
	b. MCDONALDS selalu mempunyai produk yang berkualitas sehingga saya selalu memberikan informasi ke orang lain	Waroeng Bu Usi selalu mempunyai produk yang berkualitas sehingga saya selalu memberikan informasi ke orang lain					
3.	Minat Preferensial						
	a. MCDONALDS selalu menjadi pilihan utama saya	a. Waroeng Bu Usi selalu menjadi pilihan utama saya					
	b. Saya akan beralih ke Produk lain apabila produk makanan yang ada di MCDONALDS tidak sesuai dengan harapan	c. Saya akan beralih ke Produk lain apabila produk makanan yang ada di Waroeng Bu Usi tidak sesuai dengan harapan					
4.	Minat Eksploratif						

a. Saya akan selalu merekomendasikan produk yang saya favoritkan agar tetap dipertahankan dalam daftar menu di MCDONALDS	a. Saya akan selalu merekomendasikan produk yang saya favoritkan agar tetap dipertahankan dalam daftar menu di Waroeng Bu Usi					
b. Saya akan mencari informasi tentang produk yang terbaru di MCDONALDS	c. Saya akan mencari informasi tentang produk yang terbaru di Waroeng Bu Usi					

Lampiran 2

Master Data Sampel dan Variabel Penelitian

NO	USIA	GENDER	PEKERJAAN	LAMA MENGONSUMSI
1	17	Laki - laki	pelajar	3 tahun
2	26	Perempuan	mahasiswa	3 tahun
3	30	Laki - laki	Pegawai negeri	3 tahun
4	22	Perempuan	mahasiswa	4 tahun
5	31	Laki - laki	Pegawai negeri	3 tahun
6	25	Perempuan	mahasiswa	4 tahun
7	34	Perempuan	Pegawai negeri	< 1 tahun
8	18	Laki - laki	Pelajar	3 tahun
9	32	Perempuan	wirausaha	4 tahun
10	30	Perempuan	wirausaha	4 tahun
11	25	Perempuan	mahasiswa	4 tahun
12	34	Perempuan	wirausaha	3 tahun
13	18	Laki - laki	pelajar	3 tahun
14	27	Perempuan	mahasiswa	3 tahun
15	33	Laki - laki	wirausaha	4 tahun
16	27	Perempuan	mahasiswa	4 tahun
17	34	Perempuan	wirausaha	3 tahun
18	20	Laki - laki	mahasiswa	4 tahun
19	34	Perempuan	wirausaha	3 tahun
20	30	Perempuan	wirausaha	< 1 tahun

21	28	Perempuan	mahasiswa	4 tahun
22	35	Laki – laki	wirausaha	4 tahun
23	25	Laki – laki	mahasiswa	3 tahun
24	36	Perempuan	Ibu rumah tangga	3 tahun
25	21	Perempuan	mahasiswa	1 tahun
26	25	Perempuan	mahasiswa	3 tahun
27	26	Perempuan	mahasiswa	3 tahun
28	40	Laki – laki	wartawan	4 tahun
29	27	Perempuan	mahasiswa	4 tahun
30	41	Laki – laki	Lain – lain	3 tahun
31	25	Laki – laki	mahasiswa	4 tahun
32	38	Laki – laki	Lain - lain	4 tahun
33	25	Perempuan	mahasiswa	3 tahun
34	44	Perempuan	Ibu rumah tangga	4 tahun
35	40	Laki – laki	Lain-lain	3 tahun
36	21	Perempuan	Mahasiswa	3 tahun
37	48	Perempuan	Lain-lain	4 tahun
38	38	Perempuan	Lain-lain	2 tahun
39	25	Perempuan	Mahasiswa	< 3 tahun
40	37	Perempuan	Ibu rumah tangga	4 tahun
41	26	Perempuan	Mahasiswa	3 tahun
42	48	Perempuan	Lain-lain	3 tahun
43	47	Perempuan	Ibu rumah tangga	3 tahun
44	29	Perempuan	Mahasiswa	3 tahun
45	38	Laki – laki	Lain-lain	3 tahun
46	20	Perempuan	Mahasiswa	3 tahun
47	40	Perempuan	Ibu rumah tangga	2 tahun
48	28	Perempuan	Mahasiswa	4 tahun
49	17	Perempuan	Pelajar	4 tahun
50	44	Perempuan	Lain-lain	3 tahun
51	41	Laki – laki	Tentara	< 3 tahun
52	27	Laki – laki	mahasiswa	4 tahun
53	42	Laki – laki	Lain-lain	3 tahun
54	49	Perempuan	Lain-lain	4 tahun
55	43	Perempuan	Ibu rumah tangga	< 3 tahun
56	25	Perempuan	mahasiswa	4 tahun
57	38	Laki – laki	Lain-lain	3 tahun
58	39	Laki – laki	Lain-lain	4 tahun
59	25	Perempuan	mahasiswa	3 tahun
60	25	Laki – laki	mahasiswa	< 3 tahun
61	34	Laki – laki	Lain-lain	4 tahun
62	28	Perempuan	mahasiswa	3 tahun
63	45	Laki – laki	Lain-lain	3 tahun

64	50	Perempuan	Ibu rumah tangga	3 tahun
65	44	Laki – laki	mahasiswa	3 tahun
66	46	Perempuan	Ibu rumah tangga	< 3 tahun
67	43	Perempuan	mahasiswa	3 tahun
68	36	Laki – laki	Lain-lain	4 tahun
69	37	Perempuan	Ibu rumah tangga	4 tahun
70	26	Perempuan	mahasiswa	< 3 tahun
71	30	Laki – laki	Lain-lain	4 tahun
72	47	Perempuan	Ibu rumah tangga	3 tahun
73	25	Laki – laki	mahasiswa	4 tahun
74	46	Laki – laki	Lain-lain	4 tahun
75	40	Laki – laki	Lain-lain	4 tahun

NO	KUALITAS PRODUK										TOTAL X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	4	5	5	3	5	3	4	5	5	3	42
2	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	42
3	4	5	5	4	5	5	3	4	3	5	43
4	5	4	3	4	5	4	5	5	3	4	42
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	46
6	5	5	4	5	4	5	3	4	5	3	43
7	5	5	4	4	5	5	3	4	4	5	44
8	4	5	4	4	5	5	2	4	5	5	43
9	5	5	4	5	5	5	5	4	5	2	45
10	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	45
11	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
12	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	43
13	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	46
14	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	40
15	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	44
16	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	44
17	5	5	5	5	5	4	3	3	4	5	44
18	3	4	5	5	5	3	4	4	4	5	42
19	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	45
20	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	43
21	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	44
22	5	5	5	4	5	4	4	4	4	2	42
23	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	41
24	5	5	4	4	4	5	3	4	5	5	44
25	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47
26	5	5	5	5	4	4	5	4	5	3	45
27	5	5	4	4	4	5	5	4	5	3	44
28	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
29	5	4	5	4	4	5	4	5	3	4	43

30	5	4	4	5	5	5	3	5	3	5	44
31	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	45
32	5	4	4	4	4	5	5	5	3	4	43
33	4	4	5	4	5	4	2	3	5	5	41
34	4	5	5	5	5	4	4	3	5	4	44
35	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
36	4	4	5	5	5	5	4	3	5	5	45
37	5	5	5	5	5	4	4	3	3	5	44
38	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3	42
39	2	4	5	3	3	5	5	4	5	5	41
40	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	45
41	5	5	5	4	5	4	5	3	4	3	43
42	4	4	5	5	5	5	5	3	4	3	43
43	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	43
44	5	5	5	4	4	4	4	5	4	2	42
45	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	43
46	5	5	5	4	4	5	3	5	4	3	43
47	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	45
48	5	5	4	4	5	5	4	3	4	5	44
49	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	48
50	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	32
51	5	5	4	5	5	4	3	5	5	4	45
52	2	5	4	5	5	4	3	4	4	5	41
53	5	4	4	4	4	4	3	5	4	3	40
54	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	41
55	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	43
56	3	4	4	5	5	4	5	5	5	4	44
57	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	46
58	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	44
59	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	45
60	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	43
61	5	5	4	5	5	4	4	5	4	2	43
62	5	5	5	4	5	4	4	5	4	2	43
63	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	45
64	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	43
65	5	5	4	5	4	5	4	4	4	2	42
66	4	4	4	4	4	4	3	3	5	3	38
67	5	5	4	4	5	4	4	3	3	4	41
68	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	45
69	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	44
70	4	4	4	4	5	5	3	5	5	3	42
71	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	46
72	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
73	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	45
74	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	47
75	2	4	5	4	4	4	4	4	5	5	41

Kalitas Produk (X1)											Jumlah
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
4	5	5	3	5	3	4		5	5	3	42
4	4	5	5	5	5	5	5		4	4	42
4	5	5	4	5	5	3		4	3	5	43
5	4	3	4	5	4	5		5	3	4	42
5	5	5	5	5	4	4		5	5	3	46
5	5	4	5	4	5	3		4	5	3	43
5	5	4	4	5	5	3		4	4	5	44
4	5	4	4	5	5	2		4	5	5	43
5	5	4	5	5	5	5		4	5	2	45
5	5	5	5	5	5	5		3	3	4	45
5	5	5	5	5	5	4		5	5	4	48
5	4	4	4	5	5	4		4	4	4	43
4	5	4	5	5	5	5		4	5	4	46
4	4	4	4	4	4	3		4	4	5	40
5	4	4	4	5	5	4		4	5	4	44
5	4	5	4	5	4	4		4	5	4	44
5	5	5	5	5	4	3		3	4	5	44
3	4	5	5	5	3	4		4	4	5	42
5	5	5	5	5	5	4		3	4	4	45
4	4	4	4	4	4	5		4	5	5	43
5	4	5	4	4	5	5		4	4	4	44

5	5	5	4	5	4	4	4	4	2	4
4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5	3	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4
5	5	5	5	4	4	5	4	5	3	4
5	5	4	4	4	5	5	4	5	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	4	5	4	4	5	4	5	3	4	4
5	4	4	5	5	5	3	5	3	5	4
5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4
5	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4
4	4	5	4	5	4	2	3	5	5	4
4	5	5	5	5	4	4	3	5	4	4
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4
4	4	5	5	5	5	4	3	5	5	4
5	5	5	5	5	4	4	3	3	5	4
5	5	5	5	5	4	3	4	3	3	4
2	4	5	3	3	5	5	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4
5	5	5	4	5	4	5	3	4	3	4
4	4	5	5	5	5	5	3	4	3	4
4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5	4	2	4
5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4

5	5	5	4	4	5	3	5	4	3	4
5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5
5	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	8
5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	3
5	5	4	5	5	4	3	5	5	4	5
2	5	4	5	5	4	3	4	4	5	4
5	4	4	4	4	4	3	5	4	3	0
4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4
4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	3
3	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4
5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4
5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	5
5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4
5	5	4	5	5	4	4	5	4	2	3
5	5	5	4	5	4	4	5	4	2	3
5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	5
4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4
5	5	4	5	4	5	4	4	4	2	2
4	4	4	4	4	4	3	3	5	3	3
5	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4
5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5
5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4

4	4	4	4	5	5	3					5	5	3	4	2
5	4	5	5	5	4	4					5	5	4	4	6
5	5	4	4	4	5	5					5	5	5	4	7
5	4	5	5	4	4	4					4	5	5	4	5

NO	KUALITAS PELAYANAN										TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	4	5	5	5	5	3	5	3	5	44
3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	45
5	4	5	4	3	4	5	3	4	5	5	42
6	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	47
7	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	46
8	3	4	4	3	5	4	4	3	3	4	37
9	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	47
10	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	47
11	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47
12	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
13	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	44
14	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	43
15	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
16	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	47
17	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
18	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	46
19	5	3	4	4	3	4	4	4	3	4	38
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
21	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	45
22	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	43
23	5	3	4	4	5	5	5	5	3	4	43
24	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
25	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	48
26	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	47
27	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	47
28	4	4	4	5	5	4	5	4	5	3	43
29	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	47
30	5	4	5	4	5	3	5	5	3	5	44
31	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
32	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	46
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
35	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	46

36	5	3	5	5	4	4	5	3	5	5	44
37	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	47
38	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
39	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
40	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	46
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
42	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	43
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
44	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	44
45	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	46
46	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
48	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	45
49	5	5	5	5	4	5	3	5	4	5	46
50	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
51	5	5	4	5	4	5	5	4	5	3	45
52	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	44
53	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	45
54	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	45
55	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	46
56	5	5	4	5	4	5	5	4	3	5	45
57	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	46
58	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	46
59	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	47
60	5	4	4	4	5	4	3	5	3	3	40
61	3	4	5	5	4	5	5	4	4	5	44
62	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
63	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
64	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	45
65	5	4	5	5	4	3	5	5	5	5	46
66	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	45
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
69	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	47
70	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	44
71	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	46
72	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
73	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
74	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
75	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48

NO	NIAT PEMBELIAN ULANG								TOTAL Y
	Y.1	Y.2	Y..3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
1	5	4	5	4	5	4	4	4	35
2	4	3	4	5	4	5	5	4	34
3	5	5	5	4	5	3	5	4	36

4	2	4	4	5	4	5	4	5	33
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	5	4	5	5	5	4	4	4	36
8	5	4	4	4	4	4	5	4	34
9	4	5	5	5	5	5	5	5	39
10	5	5	5	5	5	5	4	4	38
11	5	4	5	4	4	4	5	5	36
12	4	5	4	5	5	5	4	4	36
13	5	4	4	4	4	4	4	4	33
14	5	3	5	5	5	4	3	5	35
15	4	5	5	5	4	5	5	4	37
16	5	5	5	5	5	4	3	5	37
17	4	5	5	4	4	5	5	5	37
18	5	4	4	5	4	5	5	4	36
19	3	3	3	3	3	3	3	3	24
20	4	5	5	3	4	5	5	4	35
21	5	5	5	4	5	5	5	3	37
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	5	5	5	4	4	4	5	5	37
24	5	4	5	5	4	5	5	3	36
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	5	4	4	4	5	5	4	5	36
27	5	5	5	5	4	4	5	5	38
28	4	5	4	4	4	5	4	4	34
29	4	4	4	5	5	3	5	5	35
30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
31	5	5	5	5	5	4	4	4	37
32	4	4	4	5	3	5	5	5	35
33	5	5	5	5	5	5	5	5	40
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	5	4	5	5	5	4	5	3	36
36	5	5	5	5	4	5	5	5	39
37	4	5	5	5	5	5	5	5	39
38	5	5	5	5	5	4	4	5	38
39	2	3	5	5	5	5	5	5	35
40	5	5	5	5	5	5	5	4	39
41	5	5	5	5	5	4	4	5	38
42	5	5	4	5	5	5	5	4	38
43	5	4	5	4	5	5	3	5	36
44	4	5	5	5	4	5	5	4	37
45	5	5	5	4	4	4	4	5	36
46	5	4	4	5	5	3	5	4	35
47	4	5	5	5	4	4	4	5	36
48	5	4	5	5	5	5	5	5	39
49	5	5	3	4	5	4	4	4	34
50	5	5	5	5	5	5	5	4	39
51	4	4	5	5	4	5	4	4	35

52	5	5	4	4	5	4	5	5	37
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	5	5	5	5	4	5	4	4	37
55	5	5	5	5	5	5	5	5	40
56	5	4	4	4	4	5	5	4	35
57	5	5	4	5	4	5	5	5	38
58	4	4	5	5	5	5	4	4	36
59	3	2	5	4	4	4	5	5	32
60	4	4	4	4	5	4	5	3	33
61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
62	5	5	5	5	5	5	5	4	39
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	2	2	4	4	5	5	5	5	32
66	5	5	5	5	4	3	5	3	35
67	5	5	5	5	5	5	5	5	40
68	5	5	5	5	5	5	5	5	40
69	4	5	4	5	5	5	5	5	38
70	5	5	5	5	5	5	5	5	40
71	5	5	4	5	4	4	4	5	36
72	4	4	5	4	4	4	4	4	33
73	5	5	5	5	4	4	5	4	37
74	5	5	4	4	5	4	5	4	36
75	4	4	4	4	4	4	3	4	31

Lampiran 3**Output Hasil Uji Statiska**

1. Uji Validitas Kualitas Produk

Pernyataan	Korelasi	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Kualitas Produk 1	,705**	,000<0,05	Valid
Kualitas Produk 2	,666**	,000<0,05	Valid
Kualitas Produk 3	,483**	,000<0,05	Valid
Kualitas Produk 4	,671**	,000<0,05	Valid
Kualitas Produk 5	,651**	,000<0,05	Valid
Kualitas Produk 6	,590**	,000<0,05	Valid

2. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Pernyataan	Korelasi	Sig.2-tailed	Kategori
Kualitas pelayanan 1	,624**	,000<0,05	Valid
Kualitas pelayanan 2	,591**	,000<0,05	Valid
Kualitas pelayanan 3	,587**	,000<0,05	Valid
Kualitas pelayanan 4	,650**	,000<0,05	Valid
Kualitas pelayanan 5	,418**	,000<0,05	Valid
Kualitas pelayanan 6	,462**	,000<0,05	Valid
Kualitas pelayanan 7	,466**	,000<0,05	Valid
Kualitas pelayanan 8	,518**	,000<0,05	Valid
Kualitas pelayanan 9	,535**	,000<0,05	Valid
Kualitas pelayanan 10	,520**	,000<0,05	Valid

3. Uji Validitas Niat Pembelian Ulang

Pernyataan	Korelasi	Sig.2-tailed	Kategori
Niat pembelian ulang1	,565**	,000<0,05	Valid
Niat pembelian ulang2	,680**	,000<0,05	Valid
Niat pembelian ulang3	,624**	,000<0,05	Valid
Niat pembelian ulang4	,651**	,000<0,05	Valid
Niat pembelian ulang5	,559**	,000<0,05	Valid
Niat pembelian ulang6	,519**	,000<0,05	Valid
Niat pembelian ulang7	,494**	0,00<0,05	Valid
Niat pembelian ulang8	,468**	,000<0,05	Valid

Lampiran 4**Output Hasil Penelitian****UJI RELIABILITAS****1. Variabel Kualitas Produk**

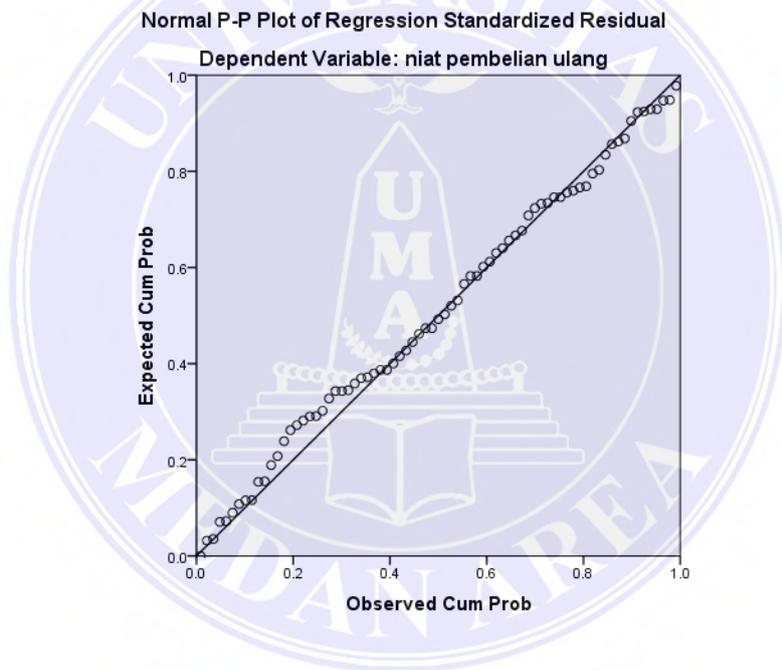
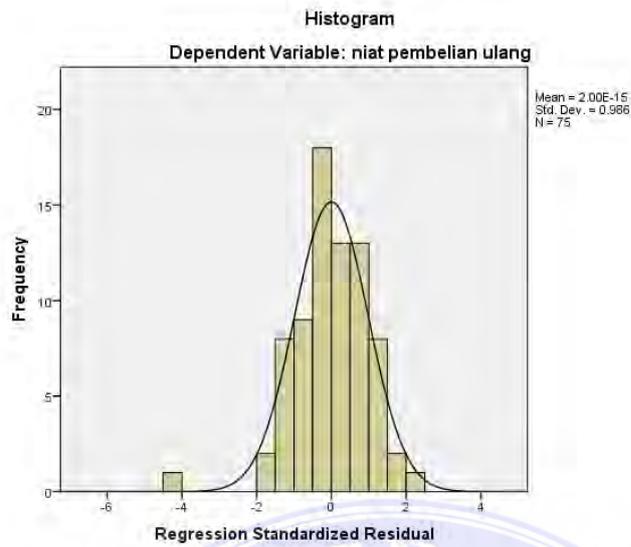
Cronbach's Alpha	N of Items
.692	6

2. Variabel Kualitas Pelayanan

Cronbach's Alpha	N of Items
.734	10

3. Variabel Niat Pembelian Ulang

Cronbach's Alpha	N of Items
.696	8



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

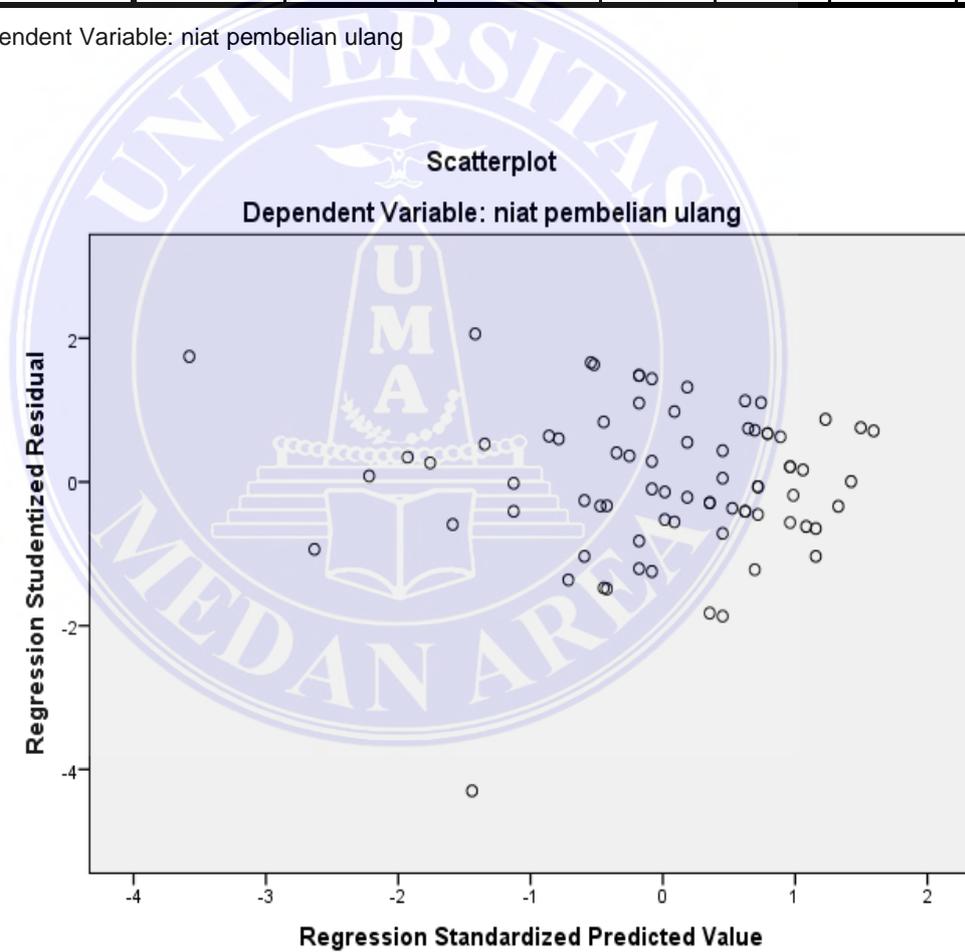
		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.59150333
	Absolute	.072
Most Extreme Differences	Positive	.041
	Negative	-.072
Kolmogorov-Smirnov Z		.624
Asymp. Sig. (2-tailed)		.830

- a. Test distribution is Normal.
- c. Calculated from data.

Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	17.132	5.386		3.181	.002		
kualitas produk	.196	.139	.152	1.412	.162	.996	1.004
kualitas pelayanan	.307	.090	.367	3.398	.001	.996	1.004

a. Dependent Variable: niat pembelian ulang



Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.406 ^a	.165	.142	2.627

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, kualitas produk

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	98.011	2	49.005	7.100	.002 ^b
	Residual	496.976	72	6.902		
	Total	594.987	74			

a. Dependent Variable: niat pembelian ulang

b. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, kualitas produk

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.132	5.386		3.181	.002
	kualitas produk	.196	.139	.152	1.412	.162
	kualitas pelayanan	.307	.090	.367	3.398	.001

a. Dependent Variable: niat pembelian ulang

Lampiran 5**Surat Izin Penelitian**
UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360160, 7364340, 7366701, Fax (061) 7366990
 Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax (061) 8226331
 Email : univ.medanarea@uma.ac.id Website:uma.ac.id/ekonomi.kuma.ac.id email fakultas_ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 331/FEB FEB.1/01.1/III/2021
 Lamp. :
 Perihal : **Izin Research / Survey**

10 Maret 2021

Kepada, Yth Pimpinan
 Waroeng Bu Usi Medan

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara kepada mahasiswa kami :

Nama : DWI MAYANG AULIZA NASUTION
 N P M : 178320090
 Program Studi : MANAJEMEN
 Judul : Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Waroeng Bu Usi Medan

Untuk diberi izin Research / Survey di Instansi yang Saudara pimpin selama Satu Bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu

Dapat kami beritahukan bahwa Research / Survey ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bid. Kemahasiswaan

M. M. Yamin Siregar, MM
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertinggal

Lampiran 6 :**Surat Balasan Izin Penelitian****WAROENG BU USI**

JL. Gaperta Ujung. Kec. Medan Helvetia. 20125

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Usi
 Jabatan : Pemilik Waroeng Bu Usi
 Alamat : JL. Gaperta Ujung. Kec. Medan Helvetia

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Dwi Mayang Auliza Nst
 Stambuk : 178320090
 Program Studi : Manajemen
 Alamat : JL. Gaperta Ujung Gg. Pribadi Kecamatan Medan Helvetia
 Universitas : Universitas Medan Area

Telah selesai melakukan penelitian di Waroeng Bu Usi, Jl Gaperta Ujung, Kecamatan Medan Helvetia selama satu bulan, terhitung mulai tanggal 10 Maret 2021 sampai tanggal 10 April 2021 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan Skripsi Penelitian yang berjudul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG PADA WAROENG BU USI MEDAN.**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan dengan sepenuhnya.

Medan, 10 april 2021

Usi

Pemilik waroeng bu usi