**RANCANGAN USULAN MINI PROPOSAL PENELITIAN SKRIPSI**

Diajukan Oleh:

Nama : RAMA ADHIYA WARDANA

NPM : 190214750

Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA TOKO TRIXIE VAPESTORE DI TENGGARONG

1. **Latar Belakang**

Seiring perkembangan zaman tumbuhnya usaha di Indonesia semakin banyak, persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan harus memikirkan untuk menarik pelanggan dan mempertahankan eksistensinya. Dengan demikian perusahaan akan lebih jeli dalam melihat celah atau prospek bisnis mana akan dijalani. Bisnis di bidang industri vapestore telah menunjukkan perkembangan yang cukup pesat. Hal tersebut ditandai dengan berdirinya berbagai jenis industri vapestore.

Strategi pemasaran yang tepat merupakan hal yang penting yang dapat mendukung pelaku bisnis untuk mampu bersaing dengan persaingannya, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan serta dapat memuaskan keinginan konsumen. Untuk mampu memantapkan posisi pasar serta kemampuan bersaing dalam dunia usaha, maka perusahaan harus dapat menafsirkan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Perkembangan di bidang ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, faktor yang perlu diperhatikan tidak hanya yang berkaitan dengan ekonomi saja. Adapun faktor-faktor lain yang juga berpengaruh terhadap perkembangan bisnis adalah gaya hidup, serta kebiasaan daerah atau nasional. Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usahanya.

(Kotler, 1997:176) Keputusan pembelian ulang merupakan salah satu perilaku setelah pembelian yang sebelumnya didasari dengan kepuasan. Jika pelanggan mereka puas untuk selanjutnya dia akan memperlihatkan peluang membeli yang lebih tinggi dalam kesempatan berikutnya. Kepuasan konsumen sangat penting bagi suatu pembisnis vapestore, mereka akan loyal kepada *brand* tersebut dan selalu kembali untuk melakukan pembelian ulang, datang untuk mencoba varian baru dari *brand* tersebut atau juga masih dengan varian yang sama.

Bisnis vapestore merupakan lahan usaha yang cukup menguntungkan. Bukan hanya manusia membutuhkan rokok elektrik akan tetapi rokok elektrik juga menjadi gaya hidup seseorang. Tidak heran orang banyak tertarik ke bisnis ini. Meski banyak orang yang terjun ke bisnis ini, namun peluang bisnis ini tetaplah menawarkan keuntungan yang cukup besar. Kunci dari kesuksesan bisnis ini adalah pemilik usaha harus jeli melihat jenis produk yang diinginkan konsumen dimasa yang akan datang.

Menurut Render dan Heizer (2006 ; 92) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berikut : Totalitas bentuk dan karakteristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan konsumen yang tampak jelas maupun yang tersembunyi. Kualitas pelayanan sangat penting diterapkan dalam suatu usaha di vapestore.

Di samping kualitas pelayanan, tinjauan terhadap harga juga semakin penting karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk yang berbeda. Biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk. Demikian sebaliknya, semakin rendah harga, semakin tinggi permintaan terhadap produk. Oleh karena itu, perusahaan memandang penetapan harga yang tepat perlu mendapat perhatian yang besar. Pada hakekatnya harga ditentukan oleh biaya produk. Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen, maka pemilihan suatu produk tertentu akan dijatuhkan pada produk tersebut. Bila konsumen bersedia menerima harga tersebut, maka produk tersebut akan diterima oleh masyarakat. Perusahaan menetapkan harga karena berbagai pertimbangan, namun ada baiknya jika dalam penetapan harga tersebut disesuaikan juga dengan nilai, manfaat, dan kualitas produk.

This study aimed to investigate the effects of leadership styles on counterproductive work behavior, quality of working life, and psychological empowerment. The target population was employees in SOE Islamic banks in Malang Raya, Indonesia. A proportional random sampling was used to obtain a sample size of 160 from the 310 bank employees. SEM-PLS, a measurement and structural equation model was employed to explain the relationship between variables. The results showed that transformational leadership could reduce employee counterproductive work behavior through quality of work-life, while transactional leadership increases this behavior. Furthermore, the quality of work-life cannot mediate the effect of transactional leadership on counterproductive work behavior, while psychological empowerment cannot moderate the impact of transformational

leadership on quality of work-life. (Iskandar et al., 2019)

This study aimed to investigate the effects of leadership styles on counterproductive work behavior, quality of working life, and psychological empowerment. The target population was employees in SOE Islamic banks in Malang Raya, Indonesia. A proportional random sampling was used to obtain a sample size of 160 from the 310 bank employees. SEM-PLS, a measurement and structural equation model was employed to explain the relationship between variables. The results showed that transformational leadership could reduce employee counterproductive work behavior through quality of work-life, while transactional leadership increases this behavior. Furthermore, the quality of work-life cannot mediate the effect of transactional leadership on counterproductive work behavior, while psychological empowerment cannot moderate the impact of transformational leadership on quality of work-life. (Sari & Raudatul, 2019)

This study aimed to investigate the effects of leadership styles on counterproductive work behavior, quality of working life, and psychological empowerment. The target population was employees in SOE Islamic banks in Malang Raya, Indonesia. A proportional random sampling was used to obtain a sample size of 160 from the 310 bank employees. SEM-PLS, a measurement and structural equation model was employed to explain the relationship between variables. The results showed that transformational leadership could reduce employee counterproductive work behavior through quality of work-life, while transactional leadership increases this behavior. Furthermore, the quality of work-life cannot mediate the effect of transactional leadership on counterproductive work behavior, while psychological empowerment cannot moderate the impact of transformational leadership on quality of work-life. (Sabran et al., 2022)

Human resources are seen as one of the most important assets that must be maintained, especially the existence of employees’ performance, which is needed for the sustainability of organizational performance. Factors which may affect the employees’ performance, are information and communication technology (ICT) and empowerment. Therefore, there is a need for human resources that are able to master technology quickly, adaptively and responsively to changing technologies. Also, it is necessary to empower employees that operate useful information and communication technology to effectively and efficiently complete their work. This study aims to determine the relationship of empowerment toward the organizational performance, to determine the role of ICT as a mediator of empowerment toward the organizational performance. A total of 200 questionnaires were distributed to employees Regional Drinking Water Company East Java Indonesia, and finally 128 questionnaires were collected and used as a sample in this study. The data were examined using smart Partial Least Squares (PLS). The results showed that empowerment has a direct effect on employee performance. In addition, information and communication technology mediated the effect of empowerment on employee performance. (Sabran et al., 2022)

Human Capital is undeniably a very important factor for economic growth. In this paper, we investigate the impact of Human Capital on growth using the Neoclassical and Endogenous Growth models. We use the Generalized Method of Moment (GMM) method with 8 different Human Capital proxies measured in terms of quantity and quality of education. Using the LSDV method, we find: (i) Human Capital plays a significant rolein explaining growth, (ii) Identical initial technology assumption cannot be ignored in the growth model, (iii) The selection of proxies in terms of quantity and quality of education is very influential on the conclusion of the impact of Human Capital. to growth. With the GMM method, it is concluded that followers will diffuse to catch-up leader, while countries that are close to the leader will take advantage of the power of innovation. Our results also reinforce the view that trade and institutions are two of the most influential factors in our model. Finally, it is important to examine the issue of income inequality in developing country growth models and the issue of reverse causality between education and economic growth. (Soegiarto et al., 2022)

Human resources are seen as one of the most important assets that must be maintained, especially the existence of employees’ performance, which is needed for the sustainability of organizational performance. Factors which may affect the employees’ performance, are information and communication technology (ICT) and empowerment. Therefore, there is a need for human resources that are able to master technology quickly, adaptively and responsively to changing technologies. Also, it is necessary to empower employees that operate useful information and communication technology to effectively and efficiently complete their work. This study aims to determine the relationship of empowerment toward the organizational performance, to determine the role of ICT as a mediator of empowerment toward the organizational performance. A total of 200 questionnaires were distributed to employees Regional Drinking Water Company East Java Indonesia, and finally 128 questionnaires were collected and used as a sample in this study. The data were examined using smart Partial Least Squares (PLS). The results showed that empowerment has a direct effect on employee performance. In addition, information and communication technology mediated the effect of empowerment on employee performance.(Ekowati et al., 2021)

1. **Rumusan Masalah**

Dari hasil penjelasan latar belakang di atas, yang menjadi pertanyaan peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Kualitas Pelayanan Dan Harga mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Toko Trixie Vapestore Di Tenggarong?
2. Diantara variabel Kualitas Pelayanan Dan Harga, manakah yang paling dominan mempengaruhi terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Toko Trixie Vapestore Di Tenggarong?
3. **Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Toko Trixie Vapestore Di Tenggarong.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel yang paling dominan yang mempengaruhi terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Toko Trixie Vapestore Di Tenggarong.
3. **Manfaat Penelitian**

Kegunaan penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi banyak pihak baik secara teoritis maupun secara praktis:

1. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan serta sebagai informasi bagi pemilik Toko Trixie Vapestore Di Tenggarong untuk meningkatkan Keputusan Pembelian Ulang.
2. Sebagai sarana penerapan teori yang diperoleh dibangku kuliah pada kenyataan sebenarnya.
3. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Perguruan Tinggi sekaligus memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara.
4. **Tinjauan Pustaka**

Definisi konsepsional berfungsi untuk memberikan pengertian dan batasan istilah agar memperjelas istilah pokok yang digunakan dalam penelitian. Berikut pengertian dari variabel yang sudah dijelaskan sebelumnya, yaitu :

1. Menurut Peter & Olson dalam Oetomo & Nugraheni (2012) adalah kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali. Kepuasan yang diperoleh seorang konsumen, dapat mendorong seseorang untuk melakukan pembelian ulang.
2. Menurut Reader dan Heizer (2006 ; 92) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berikut: Totalitas bentuk dan karakteristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan konsumen yang tampak jelas maupun yang tersembunyi.
3. Menurut Kotler dan Amstrong (2008), harga adalah sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, atau jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.
4. **Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu di gunakan untuk memperdalam dan mengembangkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti terdahulu dengan penelitian sebelumnya. Untuk lebih jelasnya dapat peneliti membuat dalam daftar table sebagai berikut:

1. Penny Rahmawati (2015) “Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Breadtalk Yokyakarta”. Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Negri Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa customer experience berpengaruh positif terhadap pembelian ulang roti Breadtalk. Manajemen Breadtalk sebaiknya mempertahankan dan meningkatkan keragaman produk, harga, dan customer experience sehingga pembelian ulang konsumen meningkat lagi.
2. Fitri Engla Sagita “Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kentucky Fried Chiken (KFC) Di Cabang Bakso Grand Mall Oleh Mahasiswa Universitas Negeri Padang”. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Brand image berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang produk Kentucky Fried Chiken (KFC) di cabang Bakso Grand Mall oleh mahasiswa Universitas Negeri Padang, 2) Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang produk Kentucky Fried Chiken (KFC) di cabang Bakso Grand Mall oleh mahasiswa Universitas Negeri Padang.
3. Ronaldo Nasario Magang (2020) “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang *Handphone* VIVO Di Kabupaten Sleman”. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Yogyakarta, hasil analisis menyatakan bahwa Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian ulang handphone VIVO di Kabupaten Sleman. Citra Merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang handphone VIVO di Kabupaten Sleman. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang handphone VIVO di Kabupaten Sleman. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang handphone VIVO di Kabupaten Sleman.
4. **Variabel Pokok / Utama Yang Diteliti**

Variabel utama dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian Ulang.

1. **Indikator Variabel**

Menurut Ronal dan Dharmayanti (2014) keputusan pembelian ulang dapat diukur melalui tiga indikator yaitu:

1. Kembali membeli produk yang sama
2. Kembali mencoba varian lain dari produk yang sama
3. Mereferensikan ke orang lain
4. **Alat / Model Analisis**
5. Regresi Berganda
6. Uji F
7. Uji T

**DAFTAR PUSTAKA**

Ekowati, V. M., Sabran, Supriyanto, A. S., Pratiwi, V. U., & Masyhuri. (2021). Assessing the impact of empowerment on achieving employee performance mediating role of information communication technology. *Quality - Access to Success*, *22*(184), 211–216. https://doi.org/10.47750/QAS/22.184.27

Iskandar, I., Hutagalung, D. J., & Adawiyah, R. (2019). The Effect of Job Satisfaction and Organizational Commitment Towards Organizational Citizenship Behavior (OCB): A Case Study on Employee of Local Water Company “Tirta Mahakam” Kutai Kartanegara Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, *8*(3), 236. https://doi.org/10.26418/jebik.v8i3.35001

Sabran, Ekowati, V. M., & Supriyanto, A. S. (2022). The Interactive Effects of Leadership Styles on Counterproductive Work Behavior: An Examination Through Multiple Theoretical Lenses. *Quality - Access to Success*, *23*(188), 145–153. https://doi.org/10.47750/QAS/23.188.21

Sari, N. A., & Adawiyah, R. (2019). Economics Development Analysis Journal The Impact of 900VA Electricity Tariff Adjustment on Household Consumption. *Economics Development Analysis Journal*, *8*(2), 200–214. http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj

Soegiarto, E., Palinggi, Y., Reza, F., & Purwanti, S. (2022). Human Capital, Difussion Model, And Endogenous Growth: Evidence From Arellano-Bond Specification. *Webology (ISSN: 1735-188X)*, *19*(2), 6265–6278.