

**PENGARUH *TRUST, SERVICE QUALITY* DAN
SATISFACTION TERHADAP *REPURCHASE*
INTENTION PADA PENGGUNA *ONLINE* PT GREAT
SEASONS TRAVEL KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh :
RYOLAND PRATAMA
170910295**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH *TRUST, SERVICE QUALITY* DAN
SATISFACTION TERHADAP *REPURCHASE*
INTENTION PADA PENGGUNA *ONLINE* PT GREAT
SEASONS TRAVEL KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh :
RYOLAND PRATAMA
170910295**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

Surat Pernyataan Orisinalitas

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Ryoland Pratama
NPM : 170910295
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul :

**PENGARUH *TRUST*, *SERVICE QUALITY* DAN *SATISFACTION*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA PENGUNA *ONLINE PT*
*GREAT SEASONS TRAVEL KOTA BATAM***

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan "Dulpikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dan dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur Plagiasi, saya bersedia naskah ini di gugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh di batalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batun, 30 Juli 2021


Ryoland Pratama
170910295

**PENGARUH *TRUST*, *SERVICE QUALITY* DAN
SATISFACTION TERHADAP *REPURCHASE*
INTENTION PADA PENGGUNA ONLINE PT GREAT
SEASONS TRAVEL KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

Oleh:

Ryoland Pratama

170910295

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
Seperti yang tertera dibawah ini**

Batam, 30 Juli 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Daris Purba', with a stylized flourish at the end.

Daris Purba, S.E.I, M.S.I

Pembimbing



ABSTRAK

Perkembangan internet telah mempermudah aktivitas manusia secara global baik dalam bidang ekonomi, pemerintahan dan gaya hidup manusia. Minat membeli kembali oleh pelanggan secara *online* menjadi perhatian khusus bagi perusahaan karena dapat menghemat waktu dan dilokasi manapun penjual dan pembeli bisa melakukan transaksi jual beli. Bagi perusahaan untuk mendapatkan minat beli kembali (*repurchase intention*) maka perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan (*service quality*) guna mendapatkan kepercayaan (*trust*) dan kepuasan (*satisfaction*) dari pelanggan sehingga akan melakukan pembelian ulang kembali (*repurchase intention*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *trust*, *service quality* dan *satisfaction* terhadap *repurchase intention* pengguna online PT Great Seasons Travel. Penelitian ini merupakan penelitian replikasi dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel diambil dengan menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel 180 responden. Data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Analisis penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan hasil analisis menunjukkan *Trust*, *service quality* dan *satisfaction* berpengaruh terhadap *repurchase intention* yang dibuktikan dengan uji t yang menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hasil analisis uji f menunjukkan *trust*, *service quality* dan *satisfaction* berpengaruh secara simultan terhadap *repurchase intention*, ini dapat dibuktikan dari hasil uji f dengan memperhatikan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dan nilai signifikansinya < 0.05 . Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel *Trust* (X1), *Service Quality* (X2) dan *Satisfaction* (X3) terhadap *Repurchase Intention* (Y), serta terhadap pengaruh yang signifikan antara ketiga variabel (X), secara simultan terhadap variabel (Y).

Kata Kunci : *Trust, Service Quality, Satisfaction dan Repurchase Intention*

ABSTRACT

The development of the internet has facilitated human activities globally both in the fields of economy, government and human lifestyle. The interest in buying back by customers online is a special concern for companies because it can save time and in any location sellers and buyers can make buying and selling transactions. For companies to get repurchase intentions, companies must improve service quality in order to get trust and satisfaction from customers so that they will do repurchase intentions. This study aims to determine the effect of trust, service quality and satisfaction on repurchase intention of PT Great Seasons Travel online users. This research is a replication study using a quantitative approach method. Sampling was taken using purposive sampling with a sample size of 180 respondents. Data obtained from the results of distributing questionnaires to respondents. This research analysis uses multiple linear regression analysis with the results of the analysis showing that Trust, service quality and satisfaction have an effect on repurchase intention which is proven by the t test which shows $t_{count} > t_{table}$. The results of the f test analysis show that trust, service quality and satisfaction have a simultaneous effect on repurchase intention, this can be proven from the results of the f test by paying attention to the value of $F_{count} > F_{table}$. And the significance value < 0.05 . The conclusion of this study is that there is a positive and significant effect on the Trust (X1), Service Quality (X2) and Satisfaction (X3) variables on Repurchase Intention (Y), as well as on the significant influence between the three variables (X), in a mutant manner on the variable (Y)

Keywords : Trust, Service Quality, Satisfaction And Repurchase Intention

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi srata satu (S1) pada program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku kepala program Studi Manajemen di Universitas Putera Batam
4. Bapak Daris Purba, S.E.I, M.S.I. selaku dosen pembimbing skripsi pada program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang selalu membantu membimbing, memberikan waktu dan tenaga, dan juga pengetahuan selama penyusunan skripsi ini.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam terimakasih memberikan ilmu tanpa batas dan telah memberikan ilmu, arahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Kedua orang tua yang telah memberikan doa, semangat,dukungan, perhatian dan selalu mengantarkan saya kemanapun selama saya mengerjakan skripsi ini.
7. Bapak Rusli selaku Direktur PT Great Seasons Travel yang telah banyak membantu dalam pengerjaan skripsi ini sehingga penulis dapat melakukan penelitian sesuai dengan judul skripsi ini.

8. Untuk teman-teman seperjuangan dan sahabat di Fakultas Manajemen Veby, Ayesha, Widya, Putri, Wendi, Deny, Nico terimakasih selalu memberikan tempat untuk bercerita sedih maupun senang serta dukungan semangat tanpa henti kepada penulis selama penulis mengerjakan skripsi ini.
9. Untuk teman-teman di PT Great Seasons Travel yang selalu memberikan semangat, pengetahuan dan pengalaman baru selama penulis melakukan penelitian di lokasi.
10. Dan yang terakhir untuk semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam membantu menyelesaikan laporan skripsi ini Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan selalu memberikan hidayah serta taufik-Nya, Amin Yarabbal Alamin.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin

Batam, 30 Juli 2021



Ryoland Pratama

170910295



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR RUMUS	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penulisan.....	9
1.6 Manfaat Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Pengertian <i>Trust</i> (Kepercayaan)	11
2.1.1.2 Indikator <i>Trust</i> (Kepercayaan).....	11
2.1.2 Pengertian <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan)	13
2.1.2.1 Faktor-Faktor <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan)	14
2.1.2.2 Indikator <i>Service Quality</i> (kualitas Pelayanan)	15
2.1.3 Pengertian <i>Satisfaction</i> (Kepuasan)	16
2.1.3.1 Faktor-Faktor Utama <i>Satisfaction</i> (Kepuasan)	17
2.1.3.2 Indikator <i>Satisfaction</i> (Kepuasan).....	18
2.1.4 Pengertian <i>Repurchase Intention</i> (Pembelian ulang Kembali).....	19
2.1.4.1 Indikator <i>Repurchase Intention</i> (pembelian ulang kembali)	20
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	24
2.3.1 Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	24
2.3.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	25
2.3.3 Pengaruh <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	25
2.3.4 Pengaruh <i>Trust Service Quality</i> serta <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	26
2.4 Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Sifat Penelitian.....	28
3.3 Lokasi Penelitian dan Periode Penelitian	29

3.3.1 Lokasi Penelitian.....	29
3.3.2 Periode Penelitian	29
3.4 Populasi Dan Sample	29
3.4.1 Populasi	29
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel	30
3.4.3 Teknik Sampling.....	31
3.5 Sumber Data	31
3.6 Metode Pengumpulan Data	32
3.6.1 Alat Pengumpulan Data.....	33
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
3.7.1 Variabel Bebas (Independent Variable)	34
3.7.1.1 Trust (kepercayaan).....	34
3.7.1.2 Service Quality (Kualitas Pelayanan)	35
3.7.1.3 <i>Satisfaction</i> (Kepuasan Elektronik).....	36
3.7.2 Variabel Terikat (Dependent Variable).....	38
3.7.2.1 <i>Repurchase Intention</i> (Pembelian Ulang)	38
3.8 Metode Analisis Data.....	39
3.8.1 Analisis Deskriptif	40
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	40
3.8.2.1 Uji Validitas Data.....	40
3.8.2.2. Uji Reliabilitas	40
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.8.3.1 Uji Normalitatif.....	41
3.8.3.2 Uji Multikolinieritas	41
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas	42
3.8.4 Uji Pengaruh	42
3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	42
3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	43
3.9 Uji Hipotesis	43
3.9.1. Uji Statistik t (Parsial)	44
3.9.2 Uji Statistik F (Simultan).....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1 Logo Perusahaan.....	46
4.1.2 Struktur Organisasi	46
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	47
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan.....	48
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	49
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	49
4.3.1 Analisis Dekriptif.....	49
4.3.1.1 Deskripsi Variabel <i>Trust</i> (X ₁)	50
4.3.1.2 Deskripsi Variabel <i>Service Quality</i> (X ₂)	51
4.3.1.3 Deskripsi Variabel <i>Satisfaction</i> (X ₃)	53
4.3.1.4 Deskripsi Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y).....	55

4.4 Analisis Data.....	57
4.4.1 Hasil Uji Validitas Data	57
4.4.1.1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Trust</i> (X_1)	57
4.4.1.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i> (X_2)	58
4.4.1.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Satisfaction</i> (X_3).....	59
4.4.1.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y)	59
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas	60
4.4.2.1 Hasil Uji Reliabilitas	60
4.4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	61
4.4.3.1 Uji Normalitas.....	61
4.4.3.2 Uji Multikolinearitas	63
4.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	64
4.4.4 Uji Pengaruh	65
4.4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
4.4.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	67
4.4.5 Pengujian Hipotesis.....	68
4.4.5.1 Uji T Parsial.....	68
4.4.5.2 Uji F (Simultan)	69
4.5 Pembahasan	70
4.5.1 <i>Trust</i> Berpengaruh Secara Signifikan terhadap <i>Repurchase Intention</i>	70
4.5.2 <i>Service Quality</i> Berpengaruh secara Signifikan Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	71
4.5.3 <i>Satisfaction</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	72
4.5.4 Pengaruh Secara Simultan Antara <i>Trust</i> , <i>Service Quality</i> Dan <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	72
4.6 Implikasi Hasil Penelitian	73
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Simpulan.....	74
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	
Lampiran 1 Pendukung Penelitian	
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	46
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	46
Gambar 4.3 Diagram Nomal P-Plot Of Regression Standardized Residual	63
Gambar 4.4 Histogram Regression Standardized Residual	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan 2017-2019 PT Great Seasons Travel	4
Tabel 1.2 Data Refund PT Great Seasons Travel.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	29
Tabel 3.2 Skala Likert.....	33
Tabel 3.3 Operasional Variabel Independen	37
Tabel 3.4 Operasional Variabel Dependen	39
Tabel 3.5 Skala Alpha Cronbach's	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan	48
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	49
Tabel 4.5 Kriteria Analisis Deskriptif.....	50
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Trust</i>	50
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	52
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Satisfaction</i>	53
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Satisfaction</i>	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Trust</i> (X_1)	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i> (X_2)	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Satisfaction</i> (X_3)	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y)	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Trust</i> (X_1)	61
Tabel 4.15 Uji Kolmogorov Smirnov	62
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolieritas	64
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	65
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	67
Tabel 4.20 Hasil Uji-t Parsial	68
Tabel 4.21 Hasil Uji F.....	70

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Metode Slovin.....	30
Rumus 3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	42