

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS INFORMASI DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA**

E-COMMERCE TRAVELOKA

(Survey Online Pengguna Aplikasi Traveloka Daerah Istimewa Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, INFORMATION QUALITY
AND PRICE PERCEPTION ON REPURCHASE INTEREST THROUGH
CUSTOMER SATISFACTION ON TRAVELOKA E-COMMERCE USERS***

(*Online Survey on Traveloka Application Users in Daerah Istimewa Yogyakarta*)

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

DEVI WIDYA SARI

20160410287

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2020

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Devi Widya Sari

NIM : 20160410287

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Kampus : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS INFORMASI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA *E-COMMERCE* TRAVELOKA**

Menyatakan bahwa tidak pernah ada karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis ataupun diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis telah diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tulis ini dibatalkan.

Yogyakarta, 20 Januari 2020



Devi Widya Sari

MOTTO

“Barang siapa yang bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri”.

(Qs. Al-Ankabut : 6)

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya”.

(Qs. Al-Baqarah : 286)

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah”.

(Thomas Alva Edison)

“Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua”.

(Aristoteles)

“Entah akan berkarir atau menjadi ibu rumah tangga, seorang wanita wajib berpendidikan tinggi karena ia akan menjadi ibu. Ibu-ibu yang cerdas akan menghasilkan anak-anak yang cerdas”

(Dian Sastrowardoyo)

“Apapun yang udah kamu mulai, kamu bertanggung jawab atas keputusan itu dan masa depanmu. Bapak mamak cuma bisa bantu doa dari rumah, semoga kamu bisa mencapai semua yang kamu inginkan”.

(Bapak)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini, untuk cahaya hidup, yang selalu ada saat suka maupun duka, dan selalu setia mendampingi saat anaknya tidak berdaya. Kupersembahkan skripsi ini, untuk kedua orangtua ku, yang selalu memanjatkan doa untuk keberhasilan anak-anaknya.

Kupersembahkan skripsi ini, untuk adik-adikku Aji Pangestu dan Yulia Halimatus Sadiyah, semoga ini menjadi gerbang dan motivasi kalian untuk selalu menuntut ilmu bahkan sampai keliling dunia sekalipun.

Teruntuk Neli Fitriyaningsih, Linda Resta, Tiara Arianti dan Shelvy Setyawati. Terimakasih untuk kalian karena telah menemaniku bahkan menjadi teman terbaikku di perantauan ini, semoga kebahagiaan selalu menyertai kalian.

Terimakasih untuk teman-teman seperjuanganku Fitri Retno Sari, Rika Saputriana, Dinda Husanaini dan Rochmi Silmi. Terimakasih kalian sudah menjadi teman terbaik selama perkuliahan ini. Semoga segala apa yang kalian cita-citakan dapat tercapai.

Untuk ribuan tujuan yang harus dicapai, untuk jutaan impian yang akan dikejar, untuk sebuah pengharapan agar hidup jadi lebih bermakna, kupersembahkan skripsi ini untuk diriku sendiri, terimakasih karena sudah berjuang sejauh ini, terimakasih karena sudah sampai dititik ini.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Informasi dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan pada Pengguna *E-Commerce* Traveloka. Subjek pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta yang berusia 17 tahun keatas, yang memiliki aplikasi Traveloka dan pernah melakukan pembelian minimal satu kali dalam 6 bulan terakhir. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil jumlah sampel sebanyak 160 responden yang ditentukan dengan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dan menyebarkan kuesioner menggunakan Google Forms. Alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program aplikasi AMOS 22.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang, Kualitas Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang, Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang, Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang, Serta, variabel Kepuasan Pelanggan mampu memediasi hubungan antara Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang, Kualitas Informasi terhadap Minat Beli Ulang, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, Persepsi Harga, Minat Beli Ulang, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of Service Quality, Information Quality and Price Perception on Repurchase Interest Through Customer Satisfaction on Traveloka E-Commerce Users. The subjects on this research are all people of the Special Region of Yogyakarta, aged 17 years and over, who have Traveloka applications and have made purchases at least once in the past 6 months. This research was conducted by taking a sample of 160 respondents who were determined by a non-probability sampling technique with a purposive sampling method and distributing questionnaires using Google Forms. The analytical tool used is Structural Equation Modeling (SEM) with the AMOS 22 application program.

Based on the analysis results obtained that Service Quality has a positive and significant effect on Repurchase Interest, Information Quality has a positive and significant effect on Repurchase Interest, Price Perception has a positive and significant effect on Repurchase Interest, Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Information Quality positive and significant effect on Customer Satisfaction, Price Perception positive and significant effect on Customer Satisfaction, Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Repurchase Interest, And Customer Satisfaction variable is able to mediate the relationship between Service Quality on Repurchase Interest, Information Quality on Buy Interest Repeat, and Price Perception of Repurchase Interest.

Keywords : Service Quality, Information Quality, Price Perception, , Repurchase Interest, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan karunia-Nya serta memberi kesehatan, kesempatan, dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Informasi dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna *E-Commerce* Traveloka”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil judul ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan Minat Beli Ulang dan dapat menambah referensi serta memberikan ide untuk pengembangan bagi peneliti selanjutnya. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan kepada para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Retno Widowati PA, M.Si., Ph.D. selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada para mahasiswa Manajemen.

3. Ibu Hasnah Rimiayati Dra., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak/Ibu Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhamadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan bekal ilmu selama masa perkuliahan.
5. Bapak dan Ibuyang selalu memberi dukungan sertadoa sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
6. Semua pihak yang telah mendukung serta memberikan kritik dan saran yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Sebagai penutup, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 20 Januari 2020

Devi Widya Sari

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------------------------------|
| HALAMAN COVER..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| PERNYATAAN..... | ii |
| MOTTO | iii |
| PERSEMBAHAN..... | iv |
| INTISARI..... | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| BAB I..... | Error! Bookmark not defined. |
| PENDAHULUAN | Error! Bookmark not defined. |
| A. Latar Belakang Masalah Penelitian..... | Error! Bookmark not defined. |
| B. Rumusan Masalah Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| C. Tujuan Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| D. Manfaat Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| BAB II..... | Error! Bookmark not defined. |
| TINJAUAN PUSTAKA | Error! Bookmark not defined. |
| A. Landasan Teori..... | Error! Bookmark not defined. |
| B. Penelitian Terdahulu | Error! Bookmark not defined. |
| C. Penurunan Hipotesis | Error! Bookmark not defined. |
| D. Model Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| BAB III | Error! Bookmark not defined. |
| METODE PENELITIAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| A. Objek dan Subjek Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| B. Jenis Data | Error! Bookmark not defined. |
| C. Teknik Pengambilan Sampel..... | Error! Bookmark not defined. |
| D. Teknik Pengumpulan Data..... | Error! Bookmark not defined. |

| | |
|---|-------------------------------------|
| E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.... | Error! Bookmark not defined. |
| F. Uji Kualitas Instrumen | Error! Bookmark not defined. |
| G. Analisis Data dan Uji Hipotesis | Error! Bookmark not defined. |
| BAB IV | Error! Bookmark not defined. |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | Error! Bookmark not defined. |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| B. Uji Kualitas Instrumen | Error! Bookmark not defined. |
| C. Stastik Deskriptif..... | Error! Bookmark not defined. |
| D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) | Error! Bookmark not defined. |
| E. Pengujian Hipotesis..... | Error! Bookmark not defined. |
| BAB V..... | Error! Bookmark not defined. |
| SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, SARAN | Error! Bookmark not defined. |
| defined. | |
| A. Simpulan | Error! Bookmark not defined. |
| B. Keterbatasan Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| C. Saran..... | Error! Bookmark not defined. |
| DAFTAR PUSTAKA | Error! Bookmark not defined. |
| LAMPIRAN | Error! Bookmark not defined. |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Model Penelitian | 35 |
| Gambar 4.1 Produk Traveloka | 49 |
| Gambar 4.2 Diagram Alur..... | 61 |
| Gambar 4.3 Persamaan Struktural..... | 62 |
| Gambar 4.4 Nilai Batas <i>Mahalanobis Distance</i> | 64 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-------------------------------------|
| Tabel 1.1 <i>Top Brand Award</i> Tahun 2018..... | 4 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 3.1 Skala Likert | 40 |
| Tabel 3.2 Indikator Variabel Eksogen | 41 |
| Tabel 3.3 Indikator Variabel Endogen | 42 |
| Tabel 3.4 Indikator Variabel Mediasi | 43 |
| Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 51 |
| Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia Responden | 52 |
| Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Domisili | 53 |
| Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan | 53 |
| Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 54 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas..... | 55 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas..... | 57 |
| Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Layanan | 58 |
| Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Informasi..... | 58 |
| Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga | 59 |
| Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan | 59 |
| Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang..... | 60 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas | 63 |
| Tabel 4.14 Hasil Pengujian <i>Outliers</i> | 65 |
| Tabel 4.15 <i>Notes For Model</i> | 65 |
| Tabel 4.16 Menilai <i>Goodness Of Fit</i> | 66 |
| Tabel 4.17 Hubungan Antar Variabel | 69 |
| Tabel 4.18 <i>Standardized Direct Effects</i> | 74 |
| Tabel 4.19 <i>Standardized Indirect Effects</i> | 74 |

