

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN
YANG MEMBENTUK MINAT BELI ULANG TIKET
PESAWAT PADA APLIKASI TRAVELOKA**

SKRIPSI



Nama : Muhammad Ripandi

Nim : 43116310069

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2020

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN
YANG MEMBENTUK MINAT BELI ULANG TIKET
PESAWAT PADA APLIKASI TRAVELOKA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Muhammad Ripandi
Nim : 43116310069

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Ripandi

NIM : 43116310069

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 8 Agustus 2020



Muhammad Ripandi
NIM : 43116310069

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Ripandi
NIM : 43116310069
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Faktor-faktor Kepuasan Konsumen yang Membentuk Minat Beli Ulang Tiket Pesawat pada Aplikasi Traveloka
Tanggal Lulus Ujian : 8 Agustus 2020

Disahkan Oleh:

Pembimbing



Dra. Yanti Murni, MM.
Tanggal : 13-08-2020

Ketua Penguji



Agus Arijanto, SE., MM.
Tanggal : 12-08-2020

Dekan



Dr. Harnovinsah Ak., M.Si., CA., CIPSAS.
Tanggal : 05-10-2020

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,

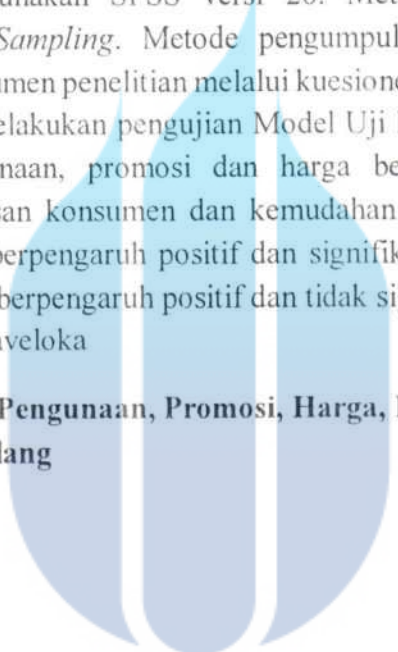


Dr. Daru Asih, M.Si.
Tanggal : 05-10-2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis faktot-faktor kepuasan konsumen yang mebuat minat beli ulang tiket pesawat Traveloka. Desain penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausal untuk mengetahui hubungan antar variabel, baik variabel bebas maupun variabel terikat. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik *non probability sampling*. Responden dalam penelitian ini sebanyak 200 responden dengan menggunakan SPSS versi 26. Metode penarikan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen penelitian melalui kuesioner. Hasil penelitian yang telah didapatkan setelah melakukan pengujian Model Uji Hipotesis menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, promosi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan kemudahan penggunaan, harga dan kepuasan konsumen juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Sedangkan promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang tiket pesawat Traveloka

Kata kunci: Kemudahan Penggunaan, Promosi, Harga, Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aimed to examine and analyze customer satisfaction factors shaping airplane ticket repurchase interest on Traveloka. The study design used the quantitative method with a causal approach to discover the relationship between variables, both independent and dependent. The sample collection technique was non-probability sampling. Respondents in this study consisted of 200 using SPSS version 26. The sampling method was using purposive sampling. The data collection was carried out using the survey method with questionnaires as the study instrument. After conducting a hypothesis test model, the study result shows that ease of use, promotions, and price affected positively significant to customer satisfaction and ease of use, price, and customer satisfaction affected positively significant to repurchase interest. Meanwhile, promotions affected positively insignificant to airplane ticket repurchase interest on Traveloka.

Keywords: *Ease of Use, Promotion, Price, Consumer Satisfaction, Repurchase Intention*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah Segala puji syukur atas nikmat dan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, dan karunia-nya kepada peneliti sehingga, penulis dapat mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Faktor-faktor Kepuasan Konsumen Yang Membentuk Minat Beli Ulang Tiket Pesawat Pada Aplikasi Traveloka”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana Jakarta.

Tentunya keberhasilan penyusunan skripsi ini tak lepas dari bimbingan, bantuan dari dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya ibu Dra. Yanti Murni, MM. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah mencurahkan anugerah-nya dan peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, M.S. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Daru Asih, M.Si. selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Eri Marlapa, SE., MM selaku Sekretaris Program Studi S1-Manajemen Universitas Mercu Buana Kampus D Kranggan.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, terima kasih atas curahan ilmu yang Bapak dan Ibu berikan kepada peneliti.
6. Kedua orang tua tercinta dan keluarga yang telah memberikan semangat, doa, dukungan moral juga material yang tiada henti-hentinya kepada peneliti serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
7. Teman-teman di Universitas Mercubuana Jakarta Kampus D Khususnya FEB, yang telah memberikan dukungan, semangat dan doanya.
8. Seluruh konsumen Traveloka, yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini belum sempurna dan oleh sebab itu maka, pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti. maka, peneliti selalu berusaha memperbaiki diri dan mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Dan akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penulisan ini. sekian Terima Kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Jakarta, 17 Juni 2020

Muhammad Ripandi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah kupanjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan juga kesempatan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi saya dengan segala kekurangannya. Segala syukur kuucapkan kepadaMu Ya Rabb, karena sudah menghadirkan orang-orang berarti disekeliling saya. Yang selalu memberi semangat dan doa, sehingga skripsi saya ini dapat diselesaikan dengan baik.

Untuk karya yang sederhana ini, maka saya persembahkan untuk ...

- Ayahanda dan Ibunda tercinta dan tersayang

Apa yang saya dapatkan hari ini, belum mampu membayar semua kebaikan, keringat, dan juga air mata bagi saya. Terima kasih atas segala dukungan kalian, baik dalam bentuk materi maupun moril. Karya ini saya persembahkan untuk kalian, sebagai wujud rasa terima kasih atas pengorbanan dan jerih payah kalian sehingga saya dapat menggapai cita-cita.

Kelak cita-cita saya ini akan menjadi persembahan yang paling mulia untuk Ayah dan Ibu, dan semoga dapat membahagiakan kalian.

- Kakak Tercinta

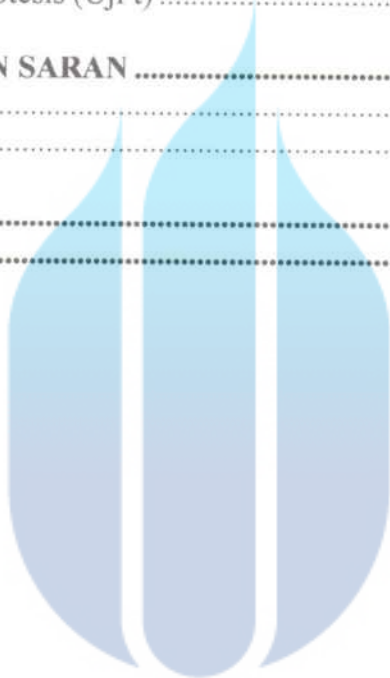
Untuk kakakku Yayat Haryati, Nuroniah, dan juga almarhum kakakku Muhammad Ridwan, tiada waktu yang paling berharga dalam hidup selain menghabiskan waktu dengan kalian. Terima kasih untuk bantuan dan semangat dari kalian, semoga awal dari kesuksesan saya ini dapat membanggakan kalian.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian dan Kontribusi Penelitian	10
 BAB II KAJIAN TEORITIS, KERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	 12
A. <i>State of The Art</i>	12
B. Kajian Teoritis.....	15
1. Manajemen Pemasaran	15
a. Definisi Manajemen Pemasaran	15
2. Minat Beli Ulang	16
a. Definisi Minat Beli Ulang	16
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang	17
c. Indikator Minat Beli Ulang	17
3. Kepuasan Konsumen	18
a. Definisi Kepuasan Konsumen	18
b. Tujuan Pengukuran Kepuasan Konsumen	19
c. Dimensi Kepuasan Konsumen.....	19
d. Indikator Kepuasan Konsumen.....	20
4. Kemudahan Penggunaan.....	20
a. Definisi kemudahan Penggunaan.....	20
b. Dimensi Kemudahan Penggunaan	21
c. Indikator Kemudahan Penggunaan	21
5. Promosi	22
a. Definisi Promosi	22
b. Tujuan Promosi.....	22
c. Bauran Promosi.....	24
d. Indikator Promosi.....	24
6. Harga.....	25

a. Definisi Harga.....	25
b. Dimensi Harga.....	25
c. Indikator Harga.....	26
7. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Rerangka Konseptual.....	35
D. Pengembangan Hipotesis.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	40
B. Desain Penelitian.....	40
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	41
1. Definisi Variabel.....	41
2. Operasionalisasi Variabel	42
D. Pengukuran Variabel	43
E. Populasi dan Sampel.....	44
1. Populasi.....	44
2. Sampel.....	44
F. Metode Pengumpulan Data	45
G. Metode Analisis Data	46
1. Statistik Deskriptif.....	46
2. Uji Kualitas Data.....	47
a. Uji Validitas	47
b. Uji Reliabilitas	48
3. Uji Asumsi Klasik.....	49
a. Uji Normalitas.....	49
b. Uji Multikolonieritas.....	51
c. Uji Heteroskedastisitas.....	53
d. Uji Linearitas.....	54
4. Uji Kesesuaian Model.....	55
a. Uji Determinasi (R^2).....	55
b. Uji F ANOVA	55
5. Uji Regresi Linear Berganda	57
6. Uji Hipotesis	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	60
1. Gambaran Umum Perusahaan	60
2. Karakteristik Profil Responden	62
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	63
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	64
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
B. Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	66
C. Hasil Uji Kualitas Data	70
1. Hasil Uji Validitas	70
2. Hasil Uji Reliabilitas	72

D.	Hasil Uji Asusmis Klasik	73
1.	Hasil Uji Normalitas.....	73
2.	Hasil Uji Multikolinearitas	74
3.	Hasil Uji heterokedastisitas	76
4.	Hasil Uji Linieritas	78
E.	Hasil Uji Kesesuaian Model.....	79
1.	Hasil Uji Koefesien Determinasi (R^2)	79
2.	Hasil Uji F ANNOVA	81
F.	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	84
G.	Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	87
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	101
A.	Simpulan.....	101
B.	Saran.....	103
	DAFTAR PUSTAKA.....	105
	LAMPIRAN.....	109



UNIVERSITAS MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1.	Tabel <i>Top Brand Index</i> Situs <i>Online Booking</i> Tiket Pesawat dan <i>Travel</i>	7
1.2.	Tabel Pra Survei Faktor-Faktor Kepuasan Belanja Online Yang Membentuk Minat Beli Ulang Tiket Pesawat <i>Traveloka</i>	8
1.3.	Tabel <i>Research GAP</i>	9
2.1.	Tabel <i>State of The Art</i>	12
2.2.	Tabel Penelitian Terdahulu.....	26
3.1.	Tabel Operasionalisasi Variabel.....	42
3.2.	Tabel Skala Pengukuran.....	43
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..	64
4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
4.5.	Hasil Uji Statistik Deskriptif Kemudahan Penggunaan.....	66
4.6.	Hasil Uji Statistik Deskriptif Promosi.....	67
4.7.	Hasil Uji Statistik Deskriptif Harga.....	68
4.8.	Hasil Uji Statistik Deskriptif Kepuasan Konsumen.....	68
4.9.	Hasil Uji Statistik Deskriptif Minat Beli Ulang.....	69
4.10.	Hasil Uji Validitas Kemudahan Penggunaan.....	70
4.11.	Hasil Uji Validitas Promosi.....	70
4.12.	Hasil Uji Validitas Harga.....	71
4.13.	Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	71
4.14.	Hasil Uji Validitas Minat Beli Ulang.....	72
4.15.	Hasil Uji Reliabilitas.....	72
4.16.	Hasil Uji Multikolinearitas Kepuasan Konsumen.....	75
4.17.	Hasil Uji Multikolinearitas Minat Beli Ulang.....	76
4.18.	Hasil Uji Heteroskedastisitas Spearman's Rho.....	77
4.19.	Hasil Uji Linieritas.....	79
4.20.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Kepuasan Konsumen..	80
4.21.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Minat Beli Ulang.....	80
4.22.	Hasil Uji F (ANOVA) Kepuasan Konsumen.....	82
4.23.	Hasil Uji F (ANOVA) Minat Beli Ulang.....	83
4.24.	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda Kepuasan Konsumen.....	85
4.25.	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda Minat Beli Ulang	86
4.26.	Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Kepuasan Konsumen.....	88
4.27.	Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Minat Beli Ulang.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1.	Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia.....	2
1.2.	Pengunaan dan Tingkat Penetrasi <i>E-commerce</i> di Indonesia 2017-2023.....	3
1.3.	Gambar Aplikasi Ttraveloka.....	5
1.4.	Data <i>Online Travel Agent</i> Terpopuler Tahun 2018.....	6
2.1.	Rerangka Konseptual.....	37
3.1.	Gambaran Analisis X1, X2, X3 Terhadap Y dan Dampaknya Terhadap Z.....	57
4.1.	<i>Official Logo</i> Traveloka.....	62
4.2.	Hasil Uji Normalitas Kepuasan Konsumen Dengan <i>P-P Plot</i>	73
4.3.	Hasil Uji Normalitas Minat Beli Ulang Dengan <i>P-P Plot</i> ..	74
4.4.	Hasil Uji Heterosekdastistas Kepuasan Konsumen Dengan <i>Scatterplot</i>	77
4.5.	Hasil Uji Heterosekdastistas Minat Beli Ulang Dengan <i>Scatterplot</i>	78
4.6.	Gambar Model Penelitian.....	85

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Pra Survei.....	109
2	Hasil Pra survei.....	111
3	Kusioner.....	112
4	Hasil Kusioner.....	116
5	Hasil Karakteristik Responden.....	129
6	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	130
7	Hasil Uji Validitas.....	131
8	Hasil Uji Realibilitas.....	132
9	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	132
10	Hasil Uji Kesesuaian Model.....	138
11	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji t...	139



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA