

**PENGARUH *SERVICE CONVENIENCE* TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN, *REPURCHASE INTENTION* DAN  
*WORD OF MOUTH* DI ESTHETIC ROSEREVE JAKARTA**

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



Nama : Wahyuniati

Nim : 43115120095

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2020**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novi Arion Yustiana

NIM : 43115120109

Program studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri, Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatumkan 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.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Mei 2020



Novi Arion Yustiana

43115120109


## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wahyuniati  
NIM : 43115120095  
Program studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Service Convenience* Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Repurchase Intention* dan *Word Of Mouth* Di Esthetic Rosereve Jakarta

Tanggal Lulus Ujian : 1 Juli 2020

Disahkan Oleh:


Pembimbing



Dr. Catur Widayati, SE, MM

Tanggal : 27 Juli 2020


Ketua Penguji



Mochamad Rizki, BBA, MBA

Tanggal : 27 Juli 2020


Dekan



Dr. Harnovinsah, AK., M.Si., CA  
Tanggal : 27 Juli 2020

Ketua Program Studi

S1 Manajemen



Dr. Daru Asih., M.Si.  
Tanggal : 27 Juli 2020

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service convenience* terhadap kepuasan pelanggan, *repurchase intention* dan *word of mouth* di Esthetic Rosereve Jakarta. Penelitian ini dilakukan pada 85 responden member dari Esthetic Rosereve Jakarta dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa *service convenience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Service convenience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* dan *service convenience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* di Esthetic Rosereve Jakarta.

**Kata Kunci :** *Service Convenience*, Kepuasan Pelanggan, *Repurchase Intention*, *Word of Mouth*, Esthetic Rosereve Jakarta



## ABSTRACT

*The study aims to identify the service convenience interest to customer satisfaction, repurchase intention and word of mouth at Esthetic Rosereve Jakarta. The research was conducted on 85 respondents using quantitative approach. The Methods of data collection using survey method, with the research instrument is a questionnaire. The data analysis method using Partial Least Square. This study proves that service convenience variables positif and significantly customer satisfaction. Service convenience variables positif and significantly repurchase intention, and service convenience variables positif and significantly word of mouth at Esthetic Rosereve Jakarta.*

**Keywords :** *service convenience, customer satisfaction, repurchase intention, word of mouth, Esthetic Rosereve Jakarta*



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Proposal Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Service Convenience Terhadap Kepuasan Pelanggan, Repurchase Intention Dan Word Of Mouth Di Esthetic Rosereve Jakarta**. Penulisan Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat Program Strata I pada Jurusan Manajemen Bisnis di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Pada kesempatan yang baik ini, izinkanlah penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang dengan tulus ikhlas telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Daru Asih., M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Catur Widayati, SE, MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, memberikan saran, bimbingan, pengetahuan, semangat dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.

5. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang selalu memberikan pengajaran dengan tulus dan ikhlas serta penuh dedikasi kepada kami.
6. Seluruh rekan mahasiswa Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2015 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
7. Seluruh karyawan dan pelanggan Esthetic Rosereve Jakarta yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
8. Teristimewa, untuk ibunda tercinta yang selalu memberikan dorongan semangat, doa dan dukungan moral yang tiada henti-hentinya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik bentuk, isi, maupun teknik penyajiannya karena kurangnya pengetahuan dan pengalaman. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Semoga kehadiran skripsi ini memenuhi sarannya dan bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 26 Desember 2019

Wahyuniati

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
A. Rumusan Masalah .....	11
B. Tujuan Penelitian .....	11
C. Kontribusi Penelitian.....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ....</b>	<b>13</b>
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Pemasaran.....	13
a. Pengertian Pemasaran.....	13
b. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	14
c. Pengertian Jasa.....	15
d. Karakteristik Jasa.....	16
2. Service Convenience .....	18
a. Pengertian Service Convenience .....	18
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Service Convenience .....	19
c. Manfaat Service Convenience .....	20
d. Dimensi Service Convenience .....	21
3. Kepuasan Pelanggan.....	25



a.	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	25
b.	Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	26
c.	Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	26
d.	Dimensi Kepuasan Pelanggan .....	29
4.	<i>Repurchase Intention</i> .....	30
a.	Pengertian <i>Repurchase Intention</i> .....	30
b.	Faktor Yang Mempengaruhi <i>Repurchase Intention</i> .....	31
c.	Dimensi <i>Repurchase Intention</i> .....	32
5.	<i>Word of Mouth</i> .....	33
a.	Pengertian <i>Word of Mouth (WOM)</i> .....	33
b.	Jenis-jenis <i>Word of Mouth</i> .....	35
c.	Motivasi Melakukan <i>Word of Mouth</i> .....	35
d.	Tingkatan <i>Word of Mouth</i> .....	36
e.	Indikator <i>Word of Mouth</i> .....	37
B.	Penelitian Terdahulu .....	37
C.	Kerangka Konseptual Dan Pengembangan Hipotesis.....	41
1.	Pengaruh <i>Service Convenience</i> terhadap Kepuasan Pelanggan .....	42
2.	Pengaruh <i>Service Convenience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	43
3.	Pengaruh <i>Service Convenience</i> terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	43
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>45</b>
A.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	45
B.	Desain Penelitian.....	45
C.	Definisi dan Operasional Variabel .....	46
1.	Definisi Variabel .....	46
2.	Operasional Variabel .....	47
D.	Skala Pengukuran.....	49
E.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	50
1.	Populasi .....	50
2.	Sampel dan Metode Pengambilan sampel.....	51

F. Metode Pengumpulan Data .....	51
G. Metode Analisis Data .....	52
1. Analisis Deskriptif .....	53
2. Analisis Partial Least Square .....	54
a. Pengertian Partial Least Square .....	54
b. Evaluasi Measurement (Outer Model) .....	54
c. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model) .....	56
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
A. Analisis Deskriptif .....	58
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	58
2. Deskripsi Responden .....	59
3. Deskriptif Variabel .....	62
B. Analisis Partial Least Square .....	67
1. Evaluasi Measurement (outer) Model .....	67
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model) .....	73
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	77
1. Pengaruh <i>service convenience</i> terhadap kepuasan pelanggan .....	77
2. Pengaruh <i>service convenience</i> terhadap <i>repurchase intention</i> .....	78
3. Pengaruh <i>service convenience</i> terhadap <i>word of mouth</i> .....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>80</b>
A. Kesimpulan .....	80
B. Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>86</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kuisisioner Pra Survei .....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	38
Tabel 3.1	Operasional Variable <i>Service Convinience</i> .....	47
Tabel 3.2	Operasional Variable Kepuasan Pelanggan .....	48
Tabel 3.3	Operasional Variable <i>Repurchase Intention</i> .....	48
Tabel 3.4	Operasional Variable <i>Word of Mouth</i> .....	49
Tabel 3.5	Skala <i>Likert</i> .....	50
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	59
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	60
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Member .....	61
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	61
Tabel 4.6	Deskripsi Jawaban kuisisioner variable <i>Service Convenience</i> ....	62
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban kuisisioner variable Kepuasan Pelanggan ..	64
Tabel 4.8	Deskripsi Jawaban kuisisioner variable <i>Repurchase Intention</i> ...	65
Tabel 4.9	Deskripsi Jawaban kuisisioner variable <i>Word of Mouth</i> .....	66
Tabel 4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	67
Tabel 4.11	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (modifikasi) .....	68
Tabel 4.12	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> .....	70
Tabel 4.13	Hasil Pengujian AVE .....	71
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)</i> ...	71
Tabel 4.15	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> .....	72
Tabel 4.16	Nilai R <sup>2</sup> Variabel Endogen .....	73
Tabel 4.17	Hasil Pengujian Hipotesis.....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pelanggan Klinik kecantikan .....	2
Gambar 1.2	Data Jumlah Member Esthetic Rosereve .....	3
Gambar 1.3	Data Kuesioner Esthetic Rosereve .....	4
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual .....	41
Gambar 3.1	Hasil Algoritma PLS .....	68
Gambar 4.1	Hasil Algoritma PLS (modifikasi) .....	69
Gambar 4.2	Hasil Uji Boostrapping .....	76



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner .....	86
Lampiran 2	Hasil Kuesisioner .....	90
Lampiran 3	Hasil Output PLS .....	100

