

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA
MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG TIKET
MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR**

SKRIPSI

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperolehn
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi**

Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Dewi Zulfah

NIM : 43116010358

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

2020

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA
MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG TIKET
MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Dewi Zulfah

NIM : 43116010358

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

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Zulfah
NIM : 43116010358
Program Studi : Manajemen S1

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Juni 2020



Dewi Zulfah

NIM: 43116010358

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dewi Zulfah
NIM : 43116010358
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap
Minat Beli Ulang Tiket Maskapai Penerbangan Lion Air
Tanggal Lulus Ujian : 21 Oktober 2020

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,

Ketua Penguji,



Abdul Gani SE, MM

Tanggal :



Arief Bowo Prayogo SE, MM, Phd

Tanggal :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA.,

Tanggal :



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal :

ABSTRACT

This study aims to discuss what are the influences that affect the interest of repurchase intention Lion Air airline ticketing. The independent variables obtained from the preliminary survey results are Service Quality and Brand Image. While the dependent variable obtained is Buy Interest. Data analysis method uses Partial Least Square (PLS) Variance Based Structural Equation Modeling. The population is Mercu Buana University students who have used Lion Air airlines, with a sample of 125 respondents. The sampling technique uses convenience sampling. By using a quantitative descriptive approach. The results of this study indicate that Service Quality has a significant positive effect on Repurchase Interest, and Brand Image has a significant positive effect on Repurchase Interest.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Repurchase Interest.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai pengaruh apa saja yang mempengaruhi minat beli ulang tiket maskapai penerbangan Lion Air. Variabel independen yang didapatkan dari hasil survei pendahuluan adalah Kualitas Pelayanan dan Citra Merek. Sedangkan variabel dependen yang didapatkan adalah Minat Beli. Metode analisis data menggunakan Variance Based Structural Equation Modeling Partial Least Square (PLS). Populasinya adalah mahasiswa Universitas Mercu Buana yang sudah menggunakan maskapai penerbangan Lion Air, dengan sampel 125 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan convenience sampling. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli Ulang, serta Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli Ulang.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Minat Beli Ulang.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan YME, karena atas segala rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Tiket Maskapai Penerbangan Lion Air”**. Skripsi ini dapat selesai berkat bantuan dari berbagai pihak, baik yang bersifat moril maupun materil. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar S1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip D. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak.,M.Si, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1

4. Bapak Abdul Gani SE, MM. selaku dosen pembimbing proposal skripsi yang telah memberikan saran, waktu, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat.
5. Kedua orang tua tercinta bapak Kohar dan ibu Nuryati yang selalu memberikan doa dan motivasi kepada penulis.
6. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
7. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
Terimakasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat. Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis mengucapkan mohon maaf atas kekurangan yang ada pada skripsi ini dan berharap semoga dapat diperbaiki pada waktu mendatang baik oleh penulis sendiri maupun penulis lainnya sehingga ilmu dapat terus dikembangkan dan disempurnakan.

Jakarta, 22 Oktober 2020

Dewi Zulfah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Kontribusi Penelitian.....	12
BAB II	12
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Pustaka	13
1. Manajemen Pemasaran.....	13
2. Jasa.....	15
3. Perilaku Konsumen.....	18
4. Kualitas Pelayanan.....	18
5. Citra Merek.....	23
6. Minat Beli Ulang.....	27
7. Penelitian Terdahulu.....	31
8. Hubungan Antar Variabel.....	34
B. Kerangka Pemikiran	36
C. Hipotesis	36

BAB III	37
METODOLOGI PENELITIAN	37
A. Waktu dan Tempat Penelitian	37
B. Desain penelitian	37
C. Definisi dan Operasional Variabel	38
1. Definisi Variabel	38
2. Definisi Operasional Variabel	38
D. Skala Pengukuran Variabel	42
E. Populasi dan Sampel Penelitian	42
1. Populasi penelitian	42
2. Sampel penelitian	43
F. Jenis dan Data penelitian	44
G. Teknik Pengumpulan Data	44
H. Metode Analisa Data	45
1. IBM SPSS <i>Statistic 23</i>	46
2. Uji Instrumen	47
3. Analisis Partial Least Square.....	48
4. Langkah-langkah Pengujian Analisis PLS.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum Ojek Penelitian	53
B. Statistik Deskriptif	56
1. Deskripsi Responden.....	56
2. Deskripsi Variabel.....	59
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square (PLS)</i>	62
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	62
1. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	71
D. Pembahasan Hasil Penelitian	74
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli.....	75
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78

DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	83



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penumpang Domestik.....	2
Tabel 1.2 Daftar Maskapai Paling <i>Ontime</i>	5
Tabel 1.3 <i>Top Brand Index</i> Kategori <i>Airlines</i>	8
Tabel 1.4 Jumlah Penumpang Domestik.....	9
Tabel 1.5 Hasil Survei Pendahuluan	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Definisi Operasional Kualitas Pelayanan.....	38
Tabel 3.2 Definisi Operasional Citra Merek	39
Tabel 3.3 Definisi Operasional Minat Beli	40
Tabel 3.4 Instrument Skala Likert.....	41
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	55
Tabel 4.2 Usia Responden.....	56
Tabel 4.3 Frekuensi Penerbangan Dalam 1 Tahun	57
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Respondel Variabel Kualitas Pelayanan	58
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	59
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli.....	60
Tabel 4.7 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sebelum Modifikasi)	63
Tabel 4.8 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Setelah Modifikasi).....	65
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) (Modifikasi)	66
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>)	67
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	68
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Larcker Critetion</i>).....	69
Tabel 4.14 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Nilai R-Square (R^2)	71
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Hipotesis	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Masakapai Lion Air	2
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS	62
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS (Setelah Modifikasi)	64
Gambar 4.3 Hasil Uji Bootstrapping	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	83
Lampiran 2 Hasil Kuisisioner	87
Lampiran 3 Hasil Output SPSS 23	90
Lampiran 4 Hasil Output PLS	93

