



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISIS NILAI PELANGGAN, KEPUASAN PELANGGAN
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN
KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Kasus PT Kereta Commuter Indonesia)

TESIS

Oleh:

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

AHMAD ZAENI Z.M.

55119120053

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2022



**ANALISIS NILAI PELANGGAN, KEPUASAN PELANGGAN
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN
KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus PT Kereta Commuter Indonesia)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

AHMAD ZAENI Z.M.

55119120053

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Zaeni Z.M.

NIM : 55119120053

Program Studi : Magister Manajemen

Menyatakan bahwa penelitian 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 penelitian ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan). Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 21 Desember 2022



METERAI
TEMPEL
601AKX373107796

Ahmad Zaeni Z.M.

PENGESAHAN TESIS

Judul : Analisis Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus PT. Kereta Commuter Indonesia)

Nama : Ahmad Zaeni Z.M.
NIM : 55119120053
Program Studi : Magister Manajemen
Tanggal : 11 Desember 2022

Mengesahkan,
Pembimbing



(Dr. Adi Nurmahdi, M.B.A.)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, S.E., M.Si

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST, MM

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Ahmad Zaeni Z.M.
NIM : 55119120053
Program Studi : Magister Manajemen (MM)

dengan judul

“Analisis Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Niat Membeli Ulang dengan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Intervening”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 28/7/2022, didapatkan nilai persentase sebesar 30%.

Jakarta, 28 Juli 2022
Administrator Turnitin

UNIVERSI
MERCU BUANA



Arie Pangudi, A.Md

ABSTRACT

This research aims to know the analyst of customer value, customer satisfaction and service quality on repurchase intention with customer trust as an intervention variable. The object of this research is transportation users from PT. KCI. This research was done to 120 respondents by using quantitative descriptive approach. This data analysis which is used is statistic analysis in the form of Smart PLS. The results of this study indicate that the variables of customer value, customer satisfaction and service quality have a positive and significant effect on customer trust. The variables of customer value, customer satisfaction and service quality have a positive and insignificant effect on repurchase intention. The variables of customer value, customer satisfaction and service quality have a positive and significant effect on repurchase intentions through customer trust.

Keywords: customer value, customer satisfaction, service quality, customer trust and repurchase intention.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan kualitas layanan terhadap niat pembelian ulang dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel intervening. Objek penelitian ini adalah pengguna transportasi PT. KCI. Penelitian ini dilakukan terhadap 120 responden dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk Smart PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Variabel nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat pembelian ulang. Variabel nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang melalui kepercayaan pelanggan.

Kata Kunci: nilai pelanggan, kepercayaan pelanggan, kualitas layanan, kepercayaan pelanggan dan niat beli ulang.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis penelitian yang berjudul “Analisis Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus PT. Kereta Commuter Indonesia)”. Sholawat serta salam tidak lupa penulis haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat dan umatnya.

Penulis menyadari penyusunan tesis ini tidak lepas dengan bimbingan, Dr. Adi Nurmahdi, BA (Hons.), Dip CIM, MBA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini kepada:

1. Dr. Harwikarya, M.T. selaku Plt. rektor Universitas Mercu Buana, Jakarta.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST, MM selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Bapak Ibu Dosen pengajar Magister Manajemen Universitas Mercu Buana, Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan.

5. Teman-teman mahasiswa angkatan 2019 Magister Manajemen Universitas Mercu Buana, Jakarta.
6. Kepada pengguna KCI yang menjadi sampel pada penelitian ini.

Penulis juga menyadari karena keterbatasan penulis, tesis ini masih banyak kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan saran bagi pembaca agar dapat diperbaiki di kemudian hari. Akhir kata, besar harapan penulis, tesis ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menjadi bahan informasi untuk menambah wawasan khususnya rekan-rekan mahasiswa jurusan magister manajemen Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Jakarta, 6 Juli 2022

Ahmad Zaeni Z.M.



DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PENGESAHAN TESIS	iii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi, Perumusan dan Batasan Masalah.....	11
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	13
1.4. Manfaat Penelitian	15
BAB II	
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Teori	16
2.2. Penelitian Terdahulu	30
2.3. Kerangka Pemikiran.....	39
2.4. Hipotesis.....	40
BAB III	
METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian.....	42
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	43
3.3. Populasi dan Sampel	45
3.4. Metode Pengumpulan Data	47
3.5. Metode Analisis Data.....	49
3.6. Metode atau Teknik Pengujian.....	52
BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	

4.1.	Deskripsi Perusahaan	56
4.2.	Hasil Penelitian	57
4.3.	Hasil Analisis Data	65
4.4.	Inner Model	72
4.5.	Pembahasan Hasil Penelitian	82
BAB V		
SIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Simpulan	90
5.2.	Saran	91
DAFTAR PUSTAKA		94



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kasus Terkonfirmasi Covid-19	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Ekonomi Nasional.....	3
Gambar 1.3 Jumlah Penumpang Kereta Api (Ribuan Orang)	5
Gambar 1.4 Tren Penurunan Penumpang Selama Pandemi.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	40
Gambar 4.1 Uji <i>Convergent Validity</i>	66
Gambar 4.2 Uji Hipotesis	77



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Survey Pendahuluan	9
Tabel 2.1 Referensi Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	43
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Likert	48
Tabel 4.1 Daerah Asal Pelanggan	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden	59
Tabel 4.3 Analisa Variabel Nilai Pelanggan	60
Tabel 4.4 Analisa Variabel Kepuasan Pelanggan	61
Tabel 4.5 Analisis Variabel Kualitas Layanan	62
Tabel 4.6 Analisa Variabel Kepercayaan Pelanggan	63
Tabel 4.7 Analisa Variabel Niat Beli Ulang	64
Tabel 4.8 Nilai <i>Loading Factor</i>	67
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio)	70
Tabel 4.12 Hasil Uji AVE (Average Variance Extracted)	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	72
Tabel 4.14 Hasil Uji R Square (R ²)	73
Tabel 4.15 Hasil Uji F-Square (f ²)	74
Tabel 4.16 Hasil Uji Redudansi Validasi-Silang Konstruksi	75
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis	76
Tabel 4.18 Hasil Uji Mediasi	80