

**PENGARUH *SUBJECTIVE NORM*, *ATTITUDE*, *TRUST* DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG**

(Studi Kasus Pada Jasa Cuci Sepatu di Tangerang dan Jakarta)

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Wisnu Ary Wardhana

NIM : 43118010372

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2024

**PENGARUH *SUBJECTIVE NORM*, *ATTITUDE*, *TRUST* DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG**

(Studi Kasus Pada Jasa Cuci Sepatu di Tangerang dan Jakarta)

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



Nama : Wisnu Ary Wardhana

NIM : 43118010372

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wisnu Ary Wardhana
NIM : 43118010372
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Subjective Norm, Attitude, Trust dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Jasa Cuci Sepatu di Tangerang dan Jakarta)
Tanggal Sidang : 11 September 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing

Mas Wahyu Wibowo, MBA., Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 04244422



Please Scan QRCode to [Ygrity](#)

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wisnu Ary Wardhana
Nim : 43118010372
Program Studi : Manajemen S1

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 6 Juli 2020



Wisnu Ary Wardhana
43118010372

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Subjective Norm*, *Attitude*, *Trust* dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Jasa Cuci Sepatu Di Tangerang dan Jakarta). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen jasa cuci sepatu di Tangerang dan Jakarta dan pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling*, didapat sebanyak 180 responden. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa *subjective norm* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, *attitude* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, *trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, dan *word of mouth* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang.

Kata Kunci : *Subjective Norm*, *Attitude*, *Trust*, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Subjective Norm, Attitude, Trust and Word of Mouth on Repurchase Decisions (Case Study on Shoe Washing Services in Tangerang and Jakarta). The population in this study were consumers of shoe washing services in Tangerang and Jakarta and sampling using non-probability sampling techniques, obtained as many as 180 respondents. The data analysis method uses Partial Least Square. This study proves that subjective norm has an insignificant influence on repurchase decisions, attitude has a significant influence on repurchase decisions. trust has a significant influence on repurchase decisions, and word of mouth has a significant influence on repurchase decisions.

Keywords : *Subjective Norm, Attitude, Trust, Word of Mouth, Repurchase Decision*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Subjective Norm, Attitude, Trust Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus pada Jasa Cuci Sepatu di Tangerang dan Jakarta)*”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph.D, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D, selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph.D, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.

5. Ibu Dr. Catur Widayati, SE, MM selaku ketua penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Aldina Shiratina, SE, M.Si, selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
8. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
9. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2018 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
10. Pemilik dan karyawan jasa cuci sepatu, yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
11. Teristimewa, kedua orang tua, kakak dan kerabat tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan.
12. Keluarga besar yang berada di sekretariat negara yang telah baik hati meminjamkan laptopnya untuk peneliti menyelesaikan skripsi ini, memberikan semangat, doa dan dukungan.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Tangerang, 27 Agustus 2024

Wisnu Ary Wardhana



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Peneliti	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	13
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Manajemen Pemasaran	13
2. <i>Theory of Reasoned Action</i>	14
3. Keputusan Pembelian Ulang.....	17
4. <i>Subjective Norm</i> (Norma Subjektif)	20
5. <i>Attitude</i>	24
6. <i>Trust</i>	28
7. <i>Word of Mouth</i>	33
B. Penelitian Terdahulu	38
C. Hubungan Antar Variabel	45
D. Kerangka Pemikiran.....	47
E. Hipotesis.....	48

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
A. Waktu dan Tempat Penelitian	49
B. Desain Penelitian.....	49
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	50
D. Skala Pengukuran Variabel	56
E. Populasi dan Sampel	56
F. Metode Pengumpulan Data	58
G. Metode Analisis Data.....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	64
B. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	64
1. Deskripsi Responden	64
2. Deskripsi Variabel	68
C. Hasil Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	74
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	74
2. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	81
a. <i>R-Square</i> (R^2).....	81
b. <i>Effect Size</i> (f^2)	81
c. Relevansi Prediksi atau <i>Q-Square</i> (Q^2).....	83
d. Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	83
D. Pembahasan Hasil Penelitian	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	92
A. Simpulan	91
B. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pernyataan <i>Pra-Survey</i>	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	53
Tabel 3.2 Skala Variabel.....	56
Tabel 4.1 Usia Responden.....	65
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	65
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Responden	66
Tabel 4.4 Tabel 4.5 Penghasilan Responden	67
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel <i>Subjective Norm</i>	68
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel <i>Attitude</i>	69
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel <i>Trust</i>	70
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel <i>Word of Mouth</i>	71
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian Ulang	72
Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>Outer Loading</i>	74
Tabel 4.12 Hasil Pengujian <i>Cross Loading</i>	75
Tabel 4.13 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	77
Tabel 4.14 <i>The Fornell-Larcker Criterion</i>	77
Tabel 4.15 <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	79
Tabel 4.16 VIF.....	80
Tabel 4.17 <i>R-Square</i>	81
Tabel 4.18 <i>F-Square</i>	82
Tabel 4.19 <i>Q-Square</i>	83
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	47
Gambar 4.1 Hasil Pengolahan <i>Outer Model</i>	73
Gambar 4.2 Hasil Pengolahan <i>Inner Model</i>	80
Gambar 4.3 Hasil Uji <i>Boostrapping</i>	86



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	98
Lampiran 2 : Tabulasi Penelitian	103
Lampiran 3 : Hasil Uji PLS	128

