

SKRIPSI

PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA MINUMAN CHATIME DI SURABAYA

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Universitas Narotama Surabaya



Oleh :

MUHAMMAD SAPTO BRAMANTYO

NIM. 01218090

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS HUKUM, EKONOMI DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NAROTAMA
SURABAYA**

2022

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Sapto Bramantyo
NIM : 01218090
Fakultas : Hukum, Ekonomi dan Pendidikan
Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP REPURCHASE INTENTION MELALUI CUSTOMER SATISFACTION PADA MINUMAN CHATIME DI SURABAYA

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan apabila diperlukan.

Surabaya 17-10-2022

Pembuat Pernyataan,



Muhammad Sapto Bramantyo
NIM 01218090

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA MINUMAN CHATIME DI
SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH:

Muhammad Sapto Bramantyo
01218090

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

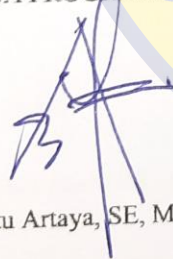
DOSEN PEMBIMBING,



(Dr. Sengguruh Nilowardono, SE., M.Si)

TANGGAL 04-10-2022

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN,



(I Putu Artaya, SE, MM)

TANGGAL 11-10-2022

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

TELAH DIUJI DAN DIPERTAHANKAN
PADA HARI SABTU, TANGGAL 20 AGUSTUS 2022

Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Repurchase Intention* Melalui
Customer Satisfaction Pada Minuman Chatime Di Surabaya

Disusun Oleh : Muhammad Sapto Bramantyo

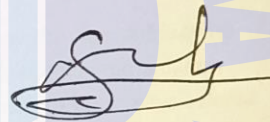
Nim : 01218090

Fakultas : Hukum, Ekonomi dan Pendidikan

Pogram Studi : Universitas Narotama

Tim Penguji :

Dr. Sengguruh Nilowardono, SE., M.Si



PRO PATRIA

Ani Wulandari, SS., MM.



**HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Spto Bramantyo
NIM : 01218090
Fakultas : Hukum, Ekonomi dan Pendidikan
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama hak Bebas *Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalti Free Right)*

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA MINUMAN CHATIME DI
SURABAYA**

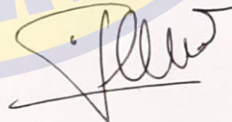
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas *royalti Noneksklusif* ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalihmedia formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Di buat : Surabaya

Pada Tanggal : 17-10-2022

Yang Menyatakan



(Muhammad Spto Bramantyo)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah swt atas segala rahmat hidayahdan karunia-Nya sehingga Saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini dengan judul : **PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP REPURCHASE INTENTION MELALUI CUSTOMER SATISFACTION PADA MINUMAN CHATIME DI SURABAYA** disusun untuk memenuhi syarat program studi S1-manajemen dalam rangka meyelesaikan pendidikan S1-manajemen di Universitas Narotama Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini ada banyak pihak yang mendorong dan membantu saya untuk mengoreksi, memberikan bahan dan informasi yang dibutuhkan serta banyak pikiran yang telah disumbangkan. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah swt, yang sudah memberikan kemudahan dan kelancaran saya dalam mengerjakan skripsi.
2. Bapak Dr. H. Sriwiwoho Mudjanarko, ST, MT, IPM selaku Rektor Universitas Narotama Surabaya.
3. Bapak Dr. Rusdianto Sesung, SH., MH. selaku Dekan Fakultas Hukum, Ekonomi dan Pendidikan Universitas Narotama Surabaya.
4. Bapak I Putu Artaya, SE, MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Narotama Surabaya.
5. Bapak Dr. Senguruh Nilowardono, SE., M.Si. Selaku dosen pembimbing saya yang telah meluangkan waktu dan sudah membantu dalam penulis untuk mengajukan tugas akhir ini hingga selesai dengan tepat waktu yang ditentukan.
6. Bapak/Ibu dosen, staff dan karyawan di lingkungan Universitas Narotama Surabaya yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan tugas skripsi.
7. Yang tersayang Ibunda Soedarwati dan saudaraku atas segala pengorbanan dan kesabarannya demi mendukung dan memberikan semangat serta memberikan dorongan atas keberhasilan studi ini.
8. Teman seperjuangan saya yang ada dilingkungan kampus Universitas Narotama Surabaya dan juga mantan saya yang telah membantu memberikan informasi atau refrensi serta memberikan semangat dan dorongan dalam menyusun tugas akhir ini.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu terima kasih atas doa, dukungan dalam menyusun skripsi serta perhatian dan telah memberi masa kuliah berkesan yang tidak akan pernah terlupakan.
10. Dan untuk yang terakhir saya berterima kasih kepada diri saya sendiri karena sudah bekerja keras untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan mengorbankan banyak waktu yang saya punya, terima kasih kepada saya karena tidak memiliki hari libur disaat saya sedang bekerja disertai mengerjakan tugas akhir ini. Sekali lagi terima kasih untuk diri saya yang telah berjuang saat ini dan untuk saya dimasa depan.

Harapan saya semoga tugas akhir ini bisa memenuhi syarat dan tujuan yang dikendaki. Akhir kata, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmaat hidayah dan karunia-Nya untuk dapat membalas semua kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu saya selama ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Terima kasih.

Surabaya,

Muhammad Sapto Bramantyo

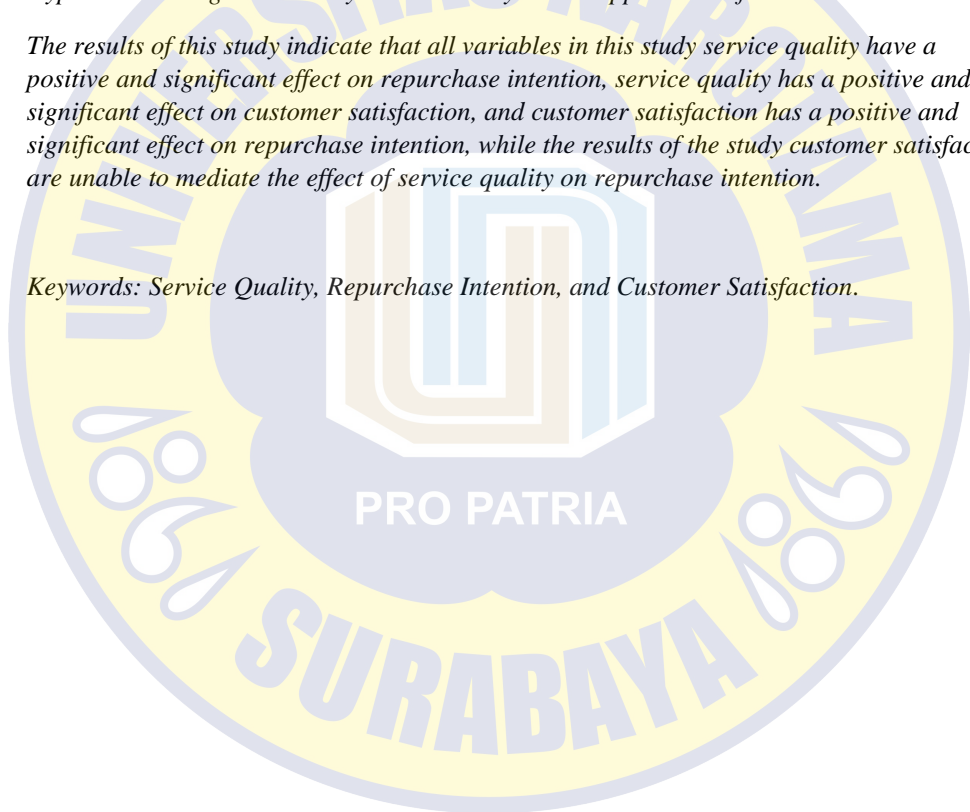


ABSTRACT

This study is to determine the effect of service quality on repurchase intention through customer satisfaction on chatime drinks. The object of this research is the customer of Chatime drinks in Surabaya. This research is a type of quantitative research. The population in this study are customers who have visited Chatime outlets in Surabaya with a total of 100 customers. The technique used in collecting this data is using a survey technique through the distribution of questionnaires. In this study, 100 questionnaires were distributed to customers who had visited Chatime outlets. The data used in this study is primary data. Hypothesis testing in this study uses the analysis and application of SPSS version 18.

The results of this study indicate that all variables in this study service quality have a positive and significant effect on repurchase intention, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, and customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intention, while the results of the study customer satisfaction are unable to mediate the effect of service quality on repurchase intention.

Keywords: Service Quality, Repurchase Intention, and Customer Satisfaction.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* pada minuman chatime. Objek dari penelitian ini adalah customer minuman Chatime yang ada di Surabaya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah berkunjung di gerai Chatime yang ada di Surabaya dengan jumlah kisaran 100 pelanggan. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data ini yaitu menggunakan teknik survey melalui penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini disebarakan sebanyak 100 kuesioner kepada pelanggan yang pernah berkunjung di gerai Chatime. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis dan aplikasi SPSS versi 18.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel Pada penelitian ini *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, dan *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, sedangkan Pada hasil penelitian *customer satisfaction* tidak mampu memediasi pengaruh *service quality* terhadap *repurchase intention*.

Kata kunci: *Service Quality, Repurchase Intention, Dan Customer Satisfaction* .

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Tinjauan Empiris.....	5
2.2 Tinjauan Teoritis	14
2.2.1 <i>Service Quality</i> (Kualitas layanan)	14
2.2.2 <i>Repurchase Intention</i> (Pembelian ulang).....	17
2.2.3 <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan konsumen)	18
2.3 Kerangka Berpikir.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Pendekatan Penelitian	24
3.2 Objek Penelitian.....	24
3.2.1 Populasi	24
3.2.2 Sampel	24
3.3 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	25
3.3.1 Jenis Data.....	25

3.3.2 Sumber Data	25
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.4 Definisi Oprasional	25
3.5 Teknik Pengujian Instrumen	31
3.6 Teknik Analisis Data.....	32
3.6.1 Analisis Deskriptif	32
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.6.3 Analisis Jalur/ <i>Path Analysis</i>	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	36
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	36
4.3 Asumsi Klasik	43
4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	46
4.5 <i>Path Analysis</i> (Analisis Jalur)	48
4.6 Pembahasan.....	50
4.6.1 Pengaruh Service Quality Terhadap Repurchase Intention.....	50
4.6.2 Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction	50
4.6.3 Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention	51
4.6.4 Customer Satisfaction dalam Memediasi Pengaruh Service Quality Terhadap Repurchase Intention	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 SIMPULAN	52
5.2 KETERBATASAN PENELITIAN.....	52
5.3 SARAN	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54

Daftar Tabel

<i>Tabel 1. 1</i> Data survei <i>top brand award</i> kategori minuman bubble	3
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu	8
Tabel 3. 1 skala pengukuran likert	26
Tabel 3. 2 skala pengukuran likert	27
Tabel 3. 3 skala pengukuran likert	28
<i>Tabel 3. 4</i> Tabel Operasional Variabel	28
<i>Tabel 4. 1</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
<i>Tabel 4. 2</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
<i>Tabel 4. 3</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan	38
<i>Tabel 4. 4</i> Kelas Interval	38
<i>Tabel 4. 5</i> Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap <i>Service Quality</i> (SQ)	39
<i>Tabel 4. 6</i> Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap <i>Repurchase Intention</i> (RI)	40
<i>Tabel 4. 7</i> Analisis Deskriptif Tanggapan Responden <i>Customer Satisfaction</i> (CS)	41
<i>Tabel 4. 8</i> Hasil Uji Validitas	42
<i>Tabel 4. 9</i> Hasil Uji Reliabilitas	43
<i>Tabel 4. 10</i> Hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test (Model 1)	43
<i>Tabel 4. 11</i> Hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test (Model 2)	44
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) (model 1)	46
<i>Tabel 4. 13</i> Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) (model 2)	47
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis	47
<i>Tabel 4. 15</i> Model 1	48
Tabel 4. 16 Model 2	49

Daftar Gambar

Gambar 1 Hasil uji heteroskedasitas (model 1).....	46
Gambarr 4. 1 Hasil uji heteroskedasitas (model 1).....	46
Gambarr 4. 2 Hasil uji heteroskedasitas (model 2).....	46
Gambarr 4. 3 diagram jalur	50

