

ANALYSIS OF EFFECT OF SERVICE QUALITY ON REPEAT PURCHASES THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AT TRAVELOKA APP

By Reza Fauzi Baskara

Abstract

This study is quantitative study which aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction, customer satisfaction on re-purchases, and service quality on re-purchases. The population in this study were 100 students of the faculty of economics and business at Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. The sampling technique using non probability sampling with purposive sampling method. Data collection was carried out using a questionnaire. The analysis technique used in this research is PLS (Partial Least Square) analysis using the SmartPls application. The result of this research is that service quality has a significant and positive effect on customer satisfaction with a path coefficient 0.780. Customer satisfaction has a positive and significant effect on repeat purchases with a path coefficient 0.283. Service quality has a significant and positive effect on repeat purchases with a path coefficient value 0.560. Service quality has a positive and significant effect on repeat purchases indirectly through customer satisfaction with a path coefficient value 0.221.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Repeat Purchases*

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA APLIKASI TRAVELOKA

Oleh Reza Fauzi Baskara

Abstrak

Jenis penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan terhadap pembelian ulang, dan kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang. Populasi yang digunakan adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sample dilakukan dengan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan menggunakan aplikasi SmartPls. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,780. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,283. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap pembelian ulang dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,560. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,221.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Pembelian Ulang.