

## PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP REPURCHASE INTENTION MELALUI KEPUASAN

(STUDI PADA PENGGUNA JASA TRAVEL ASTRO MALANG)

**Irmawati, Siti Saroh, Ratna Nikin**

Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang  
Jl. MT Haryono 193 Dinoyo, Malang, 65144, Indonesia  
LPPM Universitas Islam Malang, Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia  
Email: Irmawatinanikisma@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas jasa terhadap repurchase intention melalui kepuasan pada pengguna jasa Travel Astro Malang. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini merupakan pengguna jasa travel secara berulang yang berjumlah 100 orang dengan teknik purposive sampling. Hasil penelitian Kualitas Jasa berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan secara parsial karena nilai taraf signifikansi  $0,05 > 0,000$ . Kualitas Jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Repurchase Intention. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap Repurchase Intention secara parsial karena nilai taraf signifikansi  $0,05 > 0,000$ . Kualitas Jasa Terhadap Repurchase Intention melalui Kepuasan. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung X melalui Z mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Y.

**Kata kunci:** kualitas jasa, kepuasan, repurchase intention

### ABSTRACT

This study aims to analyze how much influence the quality of service has on repurchase intention through satisfaction of users of the Astro Malang Travel service. The data analysis used in this research is quantitative. The sample in this study were users of travel services repeatedly, amounting to 100 people with purposive sampling technique. The results of the research service quality have a significant effect on satisfaction partially because the significance level is  $0.05 > 0.000$ . Service Quality has a positive and significant effect on Repurchase Intention. Satisfaction has a significant effect on repurchase intention partially because the significance level is  $0.05 > 0.000$ . Service Quality Against Repurchase Intention through Satisfaction. These results indicate that indirectly X through Z has a significant effect on Y.

**Keywords:** service quality, satisfaction, repurchase intention

### PENDAHULUAN

Sarana transportasi sangat diperlukan untuk sektor pariwisata guna perpindahan dari satu tempat ke tempat lain yang bersifat pribadi maupun umum yang bisa digunakan oleh orang banyak atau masyarakat. Salah satu jenis jasa transportasi darat adalah Travel.

Seperti Konsep yang diterapkan oleh Travel Astro adalah dengan memberikan fasilitas yang nyaman seperti mengganti interior mobil khususnya tempat duduk yang telah di custom, yang berfungsi untuk membuat penumpang lebih nyaman karena tempat duduk terasa lebih empuk dan bisa direbahkan.

Travel Astro berupaya menyediakan armada yang sesuai kebutuhan dan berusaha memberikan fasilitas dan pelayanan yang terbaik kepada para penumpang agar mereka merasa puas dengan layanan dan fasilitas yang didapatkan selama perjalanan dalam menggunakan jasa Travel Astro.

Travel Astro merupakan Travel yang beroperasi dengan jurusan Malang- Ponorogo yang berlokasi di Malang. Saat ini Travel Astro telah menerapkan kualitas layanan sangat modern, sebagai suatu cara guna membuat kesan yang baik kepada penumpang sehingga penumpang mau untuk menggunakan kembali jasa Travel Astro. Dilihat dari Travel Astro memberikan fasilitas khusus dan penunjang

dengan adanya interior mobil seperti tempat duduk yang sudah di *custom*, dalam mobil yang bersih dan harum, *full music*, selimut setiap tempat duduk penumpang dan AC serta *driver* yang berpengalaman.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan objek pada Travel Astro dengan judul “**Pengaruh Kualitas Jasa, Repurchase Intention Melalui Kepuasan**”.

1. Adakah pengaruh yang signifikan antara Kualitas Jasa terhadap Kepuasan pada pengguna jasa Travel Astro?
2. Adakah pengaruh yang signifikan antara Kualitas Jasa terhadap *Repurchase Intention* pada pengguna jasa Travel Astro?
3. Adakah pengaruh yang signifikan antara Kepuasan terhadap *Repurchase Intention* pada pengguna jasa Travel Astro?
4. Adakah pengaruh secara tidak langsung antara Kualitas Jasa terhadap *Repurchase Intention* melalui Kepuasan pada pengguna jasa Travel Astro ?

## KAJIAN PUSTAKA

### Kualitas Jasa

Menurut Winata dan Nuansyah (2017:3) kualitas jasa adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

### Kepuasan

Menurut Westbrook dan Relly (dikutip Fandy Tjiptono 2014:353), memberikan definisi tentang kepuasan pelanggan, yaitu kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Jadi kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau layanan yang diberikan.

### Repurchase Intention

Menurut Mahardhika N (2016) Minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen maka semakin tinggi juga minat untuk membeli ulang suatu produk.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian.

### Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Travel Astro yang berlokasi di Perum Taman Landungsari Indah D/28 Malang. Waktu penelitian ini di mulai bulan Juli 2020 sampai dengan bulan Januari 2021.

### Variabel Operasional

Menurut Sugiyono (2011:63) Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah variabel independen dan variabel dependen.

1. Variabel Independen atau Variabel Bebas (X)
2. Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Y)
3. Variabel Mediasi (Z)

### Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2015:81) Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pada pengguna jasa Travel Astro Malang.

Menurut Sugiyono (2015:81) Sampel merupakan bagian dari populasi dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karena data penumpang tidak dapat dipastikan per harinya maka digunakan teknik atau rumus sesuai dengan teori Malhotra (2006:291) paling sedikit harus empat atau lima kali dari jumlah item pertanyaan.

### Sumber Data

#### Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat langsung dari objek penelitian (Sugiyono, 2017). Data primer dalam penelitian ini diperoleh

melalui kuesioner peneliti yang diberikan kepada responden yaitu pengguna jasa yang pernah menggunakan Travel Astro Malang.

### Teknik Pengumpulan Data

- 1) Wawancara
- 2) Kuesioner
- 3) Dokumentasi

### Metode Analisis Data

#### Uji Validitas

Menurut Ghozali (2013). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur atau menguji kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliabel yaitu ketika jawaban dari seorang responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil (Ghozali, 2013).

#### Uji Normalitas

Menurut Sanusi (2011:183) “Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah dari validitas dan reliabilitas data mempunyai distribusi normal atau tidak”. Model normalitas yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal.

Tabel 1. Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test                 |                |                     |
|----------------------------------------------------|----------------|---------------------|
| N                                                  |                | 100                 |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>                   | Mean           | .0000000            |
|                                                    | Std. Deviation | 1.95027944          |
| Most Extreme Differences                           | Absolute       | .071                |
|                                                    | Positive       | .055                |
|                                                    | Negative       | -.071               |
| Test Statistic                                     |                | .071                |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                             |                | .200 <sup>c,d</sup> |
| a. Test distribution is Normal.                    |                |                     |
| b. Calculated from data.                           |                |                     |
| c. Lilliefors Significance Correction.             |                |                     |
| d. This is a lower bound of the true significance. |                |                     |

### Analisis Jalur (Path Analysis)

Path Analysis Pengambilan data dalam penelitian ini memakai pengujian tipe analisis jalur (Path Analysis). Analisis jalur adalah pelengkap analisis regresi linier.

### Hasil Path Analysis Pengaruh Kepuasan (Z) terhadap Repurchase Intention(Y)

Tabel 2 Hasil Path Analysis

| Coefficients <sup>a</sup> |        |            |      |       |      |           |       |
|---------------------------|--------|------------|------|-------|------|-----------|-------|
| Model                     | B      | Std. Error | Beta | T     | Sig. | Tolerance | VIF   |
| 1 (Constant)              | -2.282 | 2.298      |      | -.993 | .323 |           |       |
| Kepuasan (Z)              | .447   | .118       | .454 | 5.447 | .000 | 1.000     | 1.000 |

a. Dependent Variable: Repurchase Intention (Y)

#### Uji t (Uji secara Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan atau independen secara satu persatu dalam menerangkan variabel dependen.

### Hasil Uji t Model 1 Pengaruh Kualitas Jasa (X) Terhadap Kepuasan (Z)

Tabel 3. Hasil Uji t Model 1

| Coefficients <sup>a</sup> |        |            |      |       |      |
|---------------------------|--------|------------|------|-------|------|
| Model                     | B      | Std. Error | Beta | T     | Sig. |
| 1 (Constant)              | -2.282 | 2.298      |      | -.993 | .323 |
| Kualitas Jasa             | .447   | .118       | .454 | 3.778 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan (Z)

### Hasil Uji t Model 2 Pengaruh Kualitas Jasa (X) Terhadap *Repurchase Intention* (Y)

Tabel 4. Hasil Uji t Model 2

| Coefficients <sup>a</sup> |        |                             |                           |       |      |
|---------------------------|--------|-----------------------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     | B      | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
| 1 (Constant)              | -2.282 | 2.298                       |                           | -.993 | .323 |
| Kualitas Jasa             | .163   | .114                        | .116                      | 1.667 | .005 |

a. Dependent Variable: *Repurchase Intention* (Y)

### Hasil Uji t Model 3 Pengaruh Kepuasan (Z) Terhadap *Repurchase Intention* (Y)

Tabel 5. Hasil Uji t Model 3

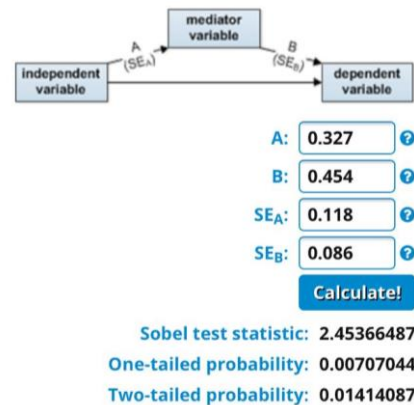
| Coefficients <sup>a</sup> |        |                             |                           |       |      |
|---------------------------|--------|-----------------------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     | B      | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
| 1 (Constant)              | -2.282 | 2.298                       |                           | -.993 | .323 |
| Kepuasan (Z)              | .469   | .086                        | .454                      | 5.447 | .000 |

a. Dependent Variable: *Repurchase Intention* (Y)

### Uji Sobel

Uji sobel ini dapat digunakan untuk membuktikan apakah hubungan variabel intervening dapat memiliki pengaruh signifikan terhadap hubungan tersebut.

#### Hasil Uji Sobel Kualitas Jasa-Kepuasan – *Repurchase Intention* (X-Z-Y)



## PEMBAHASAN PENELITIAN

### Deskripsi Hasil Penelitian

#### Kualitas Jasa

1. Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan  
Kualitas Jasa berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan secara parsial karena nilai taraf signifikansi 0,05 > 0,000. Kualitas jasa yang baik akan mempengaruhi kepuasan bagi Travel Astro untuk memperoleh pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap *Repurchase Intention*

Kualitas Jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*, pelayanan dengan kualitas jasa yang baik akan mempengaruhi *repurchase intention* bagi Travel Astro untuk memperoleh pelanggan.

3. Pengaruh Kepuasan Terhadap *Repurchase Intention*

Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* secara parsial karena nilai taraf signifikansi 0,05 > 0,000.

4. Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap *Repurchase Intention* melalui Kepuasan

Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung X melalui Z mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Y,

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Kualitas Jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan. Artinya semakin baik Kualitas Jasa yang diterapkan maka akan mampu meningkatkan kepuasan.
2. Kualitas Jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Artinya semakin baik

Kualitas Jasa diterapkan, maka Repurchase intention juga akan semakin meningkat.

3. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Artinya semakin tinggi Kepuasan pengguna jasa untuk menggunakan jasa Travel Astro maka dapat meningkatkan *Repurchase Intention* pada travel.
4. Kualitas Jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* melalui Kepuasan. Artinya kepuasan dapat memediasi antara Kualitas Jasa terhadap *Repurchase Intention*, dengan adanya Kepuasan pada pengguna jasa, Kualitas Jasa yang semakin baik, maka akan meningkatkan *Repurchase Intention* pada pengguna jasa di Travel Astro Malang.

### Saran

1. Dari Variabel Kualitas Jasa dengan indikator yang paling rendah adalah Empati. dapat disarankan kepada pihak Travel Astro adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan dalam Travel.
2. Dari Variabel Kepuasan dengan indikator yang paling rendah adalah *Comparison* dapat disarankan kepada pihak Travel adalah dengan meningkatkan pelayanan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Fatihudin dan Firmansyah. 2019. *Pemasaran Jasa*. Surabaya: Deepublish.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium 2. PT. Prenhallindo Jakarta.
- Kotler, Philip. 1994. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Edisi Salemba Empat.
- Sugiyono.2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dara-Dasar Manajemen Pemasaran*. Banjarmasin : CAPS
- Mulyana, Adi. 2019. *Pengaruh Kualitas produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Shao Kao Kertajaya Melalui Kepuasan Pelanggan*. Vol. 7 No. 2. Universitas Kristen Petra.