

**Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap
Minat Beli Ulang *Voucher Im3* Ooredoo**

**(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah
Ponorogo)**



Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : FITRIANA IKA NURJANAH

NIM : 17414341

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022

**Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat
Beli Ulang Voucher Im3 Ooredoo**

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo)



Nama : FITRIANA IKA NURJANAH

NIM : 17414341

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang *Voucher Im3* Ooredoo (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo)

Nama : Fitriana Ika Nurjanah

NIM : 17414341

Tempat, Tanggal Lahir : Magetan, 19 Oktober 1998

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 31 Januari 2022

Pembimbing I

Dr. HERI WIJAYANTO, ST., MM., M.Kom
NIDN. 0025057401

Pembimbing II

SITI CHAMIDAH, SE, M.Si
NIDN. 0019057101

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Dr. HADI SUMARSONO, SE., M.Si
NIK. 19760508 200501 11
Dosen Pengaji:

Dr. HERI WIJAYANTO, ST., MM., M.Kom
NIDN. 0025057401

EDI SANTOSO, SE., MM
NIDN. 0711037401

Dra. UMI FARIDA, MM
NIDN. 0710016101

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



MOTTO

**“Kesalahan adalah pengalaman hidup, belajarlah darinya. Jangan membuang waktu
untuk menjadi sempurna”**



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT, yang tak terhitung atas nikmat dan ridho-Nya yang senantiasa memberikan kekuatan, kemampuan, serta kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orangtua tercinta saya, Bapak Suratman dan Ibu Tri Silowati yang selalu memberikan do'a dan dukungan yang luar biasa dalam segala kondisi serta tak luput pula memberikan support yang tidak dapat saya ungkapkan dengan kata-kata, sehingga hal itu membuat saya bersemangat dan bertekad untuk segera menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Diri saya sendiri, yang telah kuat dan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik setelah melalui banyak sekali rintangan.
4. Keluarga besar saya, yang selalu memberiakan di'a dan dukungannya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Sahabat seperjuangan, Grup "Pengusaha Sukses", support system yang selalu sabar dan memberi dukungan untuk saya.
6. Rekan-rekan Manajemen A angkatan 2017 yang selalu memberikan support dan dukungan, sehingga menjadi pembangkit mood ketika stress mengerjakan skripsi.
7. Seluruh pihak yang telah berperan membantu do'a, support dan dukungan dalam pelaksanaan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

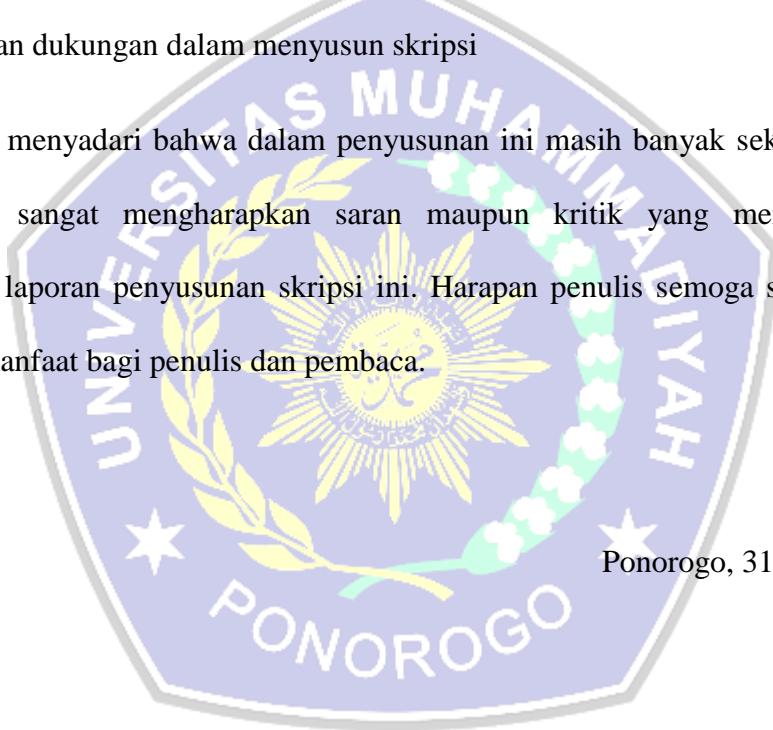
Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atau rahmat serta hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH NILAI PELANGGAN, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG VOUCHER IM3 OOREDOO (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo)”, sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya penulis dapat melalui berkat bimbingan dan pantauan dari beberapa pihak, baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Happy Susanto, MA selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Naning Kristyana, SE. MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom dan Ibu Siti Chamidah SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing sampai selesaiya skripsi ini dengan penuh kesabaran serta ketekunan yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi, yang telah memberikan ilmu pendidikannya kepada penulis dalam menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo
6. Kedua Orang Tua dan Seluruh Anggota Keluarga penulis yang telah memberikan do'a dan dukungan selama menempuh pendidikan dan proses menyusun skripsi
7. Seluruh rekan seperjuangan Angkatan 2017, khususnya Manajemen A yang selalu kompak dan saling membantu
8. Dan seluruh pihak yang tidak sempat saya sebutkan satu per satu yang telah membantu memberikan dukungan dalam menyusun skripsi

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan ini masih banyak sekali kekurangan, maka penulis sangat mengharapkan saran maupun kritik yang membangun demi kesempurnaan laporan penyusunan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca.



Ponorogo, 31 Januari 2022

Penulis

Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Voucher IM3 Ooredoo (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo)

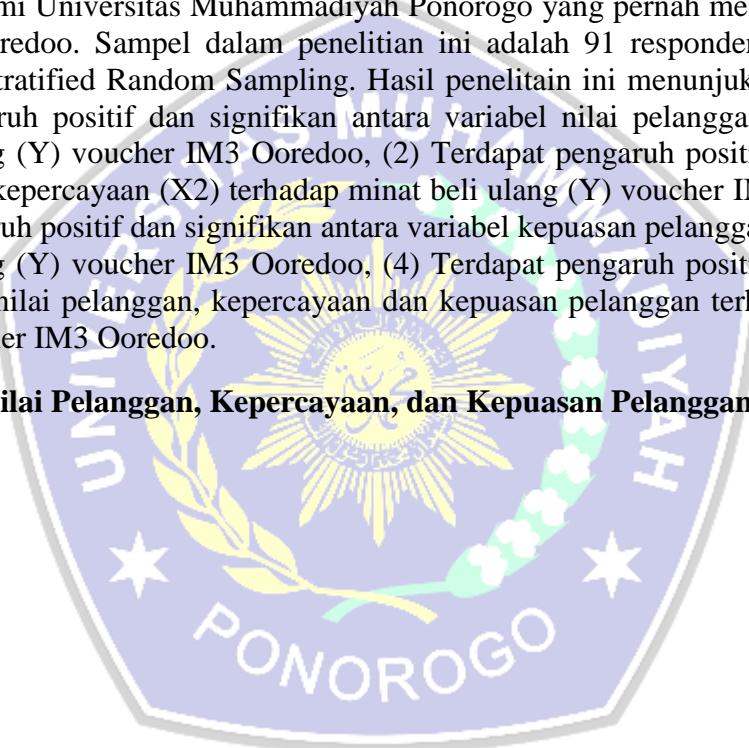
Fitriana Ika Nurjanah

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah ponorogo

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Voucher IM3 Ooredoo (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo). Metoden yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data dari penelitian ini diperoleh dari hasil menyebar kuesioner dengan pernyataan tertulis kepada responden dan analisis data menggunakan software SPSS 16. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang pernah menggunakan kartu seluler IM3 Ooredoo. Sampel dalam penelitian ini adalah 91 responden dengan teknik Proportionate Stratified Random Sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel nilai pelanggan (X_1) terhadap minat beli ulang (Y) voucher IM3 Ooredoo, (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepercayaan (X_2) terhadap minat beli ulang (Y) voucher IM3 Ooredoo, (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepuasan pelanggan (X_3) terhadap minat beli ulang (Y) voucher IM3 Ooredoo, (4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel nilai pelanggan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang (Y) voucher IM3 Ooredoo.

Kata Kunci : Nilai Pelanggan, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN.....	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
RINGKASAN	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	8
A. Landasan Teori	8
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Konseptual.....	28
D. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Ruang Lingkup Penelitian	31

B.	Populasi Dan Sampel Penelitian	31
a.	Populasi	31
b.	Sampel.....	32
C.	Metode Pengambilan Data.....	34
D.	Definisi Operasional Variabel	36
E.	Metode Analisis Data.....	37
1.	Uji Instrument.....	37
2.	Uji Asumsi Klasik	38
3.	Teknik analisis data	39
4.	Uji signifikansi	40
BAB IV HASIL PENELITIAN	43
A.	Hasil Penelitian.....	43
D.	Pengujian Instrumen Data.....	57
E.	Uji Asumsi Klasik.....	59
F.	Analisis Data.....	61
G.	Pengujian Hipotesis	64
H.	Pembahasan	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
1.	Kesimpulan	74
2.	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 2 Jumlah Pengguna IM3 Ooredoo	32
Tabel 3 Skala Likert.....	35
Tabel 4 Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Program Studi	48
Tabel 6 Deskripsi responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 7 Tanggapan Responden Mengenai Nilai Pelanggan	51
Tabel 8 Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan	52
Tabel 9 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan	54
Tabel 10 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli Ulang.....	55
Tabel 11 Uji Validitas.....	57
Table 12 Uji Normalitas	58
Tabel 13 Uji Normalitas	59
Tabel 14 Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 15 Uji Multikolinieritas	61
Tabel 16 Regresi Linier Berganda	62
Tabel 17 Koefisien Determinasi	64
Tabel 18 Uji t	65
Tabel 19 Uji f	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1Kerangka Konseptual.....	28
Gambar 2 Kurva Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang	66
Gambar 3 Kurva Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang.....	66
Gambar 4 Kurva Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang	67
Gambar 5Kurva Uji f Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang.....	69

