

**TUGAS AKHIR**

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR *TANGIBILITY, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, CONFIDENCE, COMMUNICATION* TERHADAP *CUSTOMERS REPURCHASE***

**MELALUI *CUSTOMERS SATISFACTIONS* PADA**

**PELANGGAN HARTONO ELEKTRONIKA DI SURABAYA**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi Strata Satu

**Oleh :**

**NAMA : I NYOMAN JONIVIAN ADI**  
**NPM : 00000027257**



**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN  
SURABAYA  
2019**



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI**

---

**IDENTITAS TIM PENGUJI**

Judul : ANALISIS PENGARUH FAKTOR TANGIBILITY, RELIABILITY,  
RESPONSIVENESS, CONFIDENCE, COMMUNICATION TERHADAP  
CUSTOMERS REPURCHASE MELALUI CUSTOMERS SATISFACTIONS  
PADA PELANGGAN HARTONO ELEKTRONIKA di SURABAYA

Nama Mahasiswa : I Nyoman Jonivian Adi  
NPM : 00000027257  
Jurusan : Manajemen  
Peminatan : Entreprenuer

**TIM PEMBIMBING**

Pembimbing 1 : Dr. Ronald S.T., M.M.  
Pembimbing 2 : Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.

**TIM PENGUJI**

Ketua Tim Penguji : Dr. Ronald S.T., M.M.  
Sekretaris : William Santoso, S.E., M.Ak.  
Anggota : Dr. Yolanda Soedibyo, S.T, M.M.



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA**  
**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR**

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya,

Nama Mahasiswa : I Nyoman Jonivian Adi

Nomor Pokok Mahasiswa : 00000027257

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tugas akhir yang saya buat dengan judul  
**“ANALISIS PENGARUH FAKTOR TANGIBILITY, RELIABILITY,  
RESPONSIVENESS, CONFIDENCE, COMMUNICATION TERHADAP  
CUSTOMERS REPURCHASE MELALUI CUSTOMERS  
SATISFACTIONS PADA PELANGGAN HARTONO ELEKTRONIKA di  
SURABAYA ”**

adalah:

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku – buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapat gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya
- 3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 30 Agustus 2019



Nyoman Jonivian Adi)



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI

---

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR**  
**ANALISIS PENGARUH FAKTOR TANGIBILITY, RELIABILITY,**  
**RESPONSIVENESS, CONFIDENCE, COMMUNICATION TERHADAP**  
**CUSTOMERS REPURCHASE MELALUI CUSTOMERS**  
**SATISFACTIONS PADA PELANGGAN HARTONO ELEKTRONIKA di**  
**SURABAYA**

Oleh:

Nama : I Nyoman Jonivian Adi  
NPM : 00000027257  
Jurusan : Manajemen

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya

Surabaya 30 Agustus 2019

Menyetujui:

Pembimbing Utama



Dr. Ronald S.T., M.M.

Co- Pembimbing Supervisor



Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.

Ketua Jurusan Manajemen

  
Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.

Executive Director

  
Dr. Ronald S.T., M.M.



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI

---

**LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR**

Pada Selasa, 3 September 2019 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagai persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya atas nama:

**Nama : I Nyoman Jonivian Adi**  
**NPM : 00000027257**  
**Jurusan : Manajemen**

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "**ANALISIS PENGARUH FAKTOR TANGIBILITY, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, CONFIDENCE, COMMUNICATION TERHADAP CUSTOMERS REPURCHASE MELALUI CUSTOMERS SATISFACTIONS PADA PELANGGAN HARTONO ELEKTRONIKA di SURABAYA**" oleh tim penguji yang terdiri dari:

Dewan Penguji	Status	Tanda tangan
Dr. Ronald S.T., M.M.	sebagai Ketua Penguji, Pembimbing	
William Santoso, S.E., M.Ak.	sebagai Penguji	
Dr. Yolanda Soedibyo S.T., M.M.	sebagai Penguji	

## **KATA PENGANTAR**

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahan dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaiannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M., selaku dosen pembimbing pertama dan selaku pembimbing akademik yang telah muncurahkan perhatian yang begitu besar, tenaga, kasih sayang serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di UPH Surabaya, dan selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak William Santoso, S.E., M.Ak., selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
4. Ibu Dr. Yolanda Soedibyo S.T., M.M., selaku dosen penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan.
5. Keluarga saya, Papa Made Joniartha, Mama Henny Tambuwun, Cece Denise Florena, Cece Arthantia Savitri, koko Brian Dhamara, Sinyo Baim,

6. Cece Natalia, dan Koko Hans yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Teman-teman saya Vania Amadea, Axcell, Joshua, Ray, Melly, Retha, Kenny Lim, Marqiano, Tanzil, Alsa, dan Janice yang sudah banyak membantu memberikan semangat dan doa dalam penyelesaian penelitian ini.
8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 30 Agustus 2019



I Nyoman Jonivian Adi

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	i
<b>HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....</b>	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....</b>	iii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....</b>	iv
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>	v
<b>HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....</b>	vi
<b>ABSTRAK.....</b>	vii
<b>ABSTRACT .....</b>	viii
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	ix
<b>DAFTAR ISI .....</b>	xi
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xv
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Batasan Penelitian .....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Manfaat Penelitian .....	11
1.5.1Manfaat Teoritis .....	11
1.5.2Manfaat Praktis .....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	13
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1 <i>Customers Repurchasse</i> .....	13
2.1.2 <i>Customers Satisfactions</i> .....	14
2.1.3 <i>Tangibility</i> .....	15
2.1.4 <i>Reliability</i> .....	17
2.1.5 <i>Responsivness</i> .....	18
2.1.6 <i>Confidence</i> .....	19

2.1.7 <i>Communication</i> .....	21
2.2 Penelitian Terdahulu .....	22
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	24
2.3.1 Pengaruh <i>Tangibility</i> terhadap <i>Customers Satisfactions</i> .....	24
2.3.2 Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap <i>Customers Satisfactions</i> .....	24
2.3.3 Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap <i>Customers Satisfactions</i> .....	25
2.3.4 Pengaruh <i>Confidence</i> terhadap <i>Customers Satisfactions</i> .....	26
2.3.5 Pengaruh <i>Communication</i> terhadap <i>Customers Satisfactions</i> .....	27
2.3.6 Pengaruh <i>Customers Satisfactions</i> terhadap <i>Customers Repurchase</i> .....	28
2.4 Model Penelitian .....	29
2.5 Bagan Alur Berpikir .....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	31
3.1 Jenis Penelitian .....	31
3.1.1 Jenis Data.....	31
3.1.2 Sumber Data.....	32
3.2 Populasi dan Sampel .....	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Sampel .....	33
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	34
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	36
3.5 Metode Analisis Data.....	39
3.5.1 Pengolahan Data.....	39
3.5.1 Pengujian Hipotesis .....	39
3.5.1 Uji Reliabilitas .....	49
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	50
4.1 Gambaran Umum Hartono Elektronika .....	50
4.2 Analisis Data.....	51
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	52
4.2.1.1 Karakteristik Responden .....	52
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia .....	52
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53

4.2.1.4 Tanggapan Responden .....	54
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel .....	64
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Tangibility</i> .....	64
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Reliability</i> .....	66
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Responsiveness</i> .....	67
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Confidence</i> .....	69
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Communication</i> .....	71
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap <i>Customers Satisfactions</i> .....	73
4.2.2.7 Penjelasan Responden terhadap <i>Customers Repurchase</i> .....	74
4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data .....	75
4.2.3.1 Evaluasi Normalitas Data.....	77
4.2.3.2 Evaluasi <i>Outliers</i> .....	79
4.2.3.2.1 <i>Univariate Outliers</i> .....	79
4.2.3.2.2 <i>Mulitivariate Outliers</i> .....	81
4.2.3.3 Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i> .....	82
4.2.3.4 Analisis Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ) .....	83
4.2.3.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen .....	83
4.2.3.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	85
4.2.3.5 Analisis <i>Full Structural Equation Modeling</i> .....	87
4.2.3.6 Uji <i>Reliability</i> .....	91
4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis .....	93
4.2.4.1 Pengujian Hipotesis 1 ( $H_1$ ).....	93
4.2.4.2 Pengujian Hipotesis 2 ( $H_2$ ).....	94
4.2.4.3 Pengujian Hipotesis 3 ( $H_3$ ) .....	94
4.2.4.4 Pengujian Hipotesis 4 ( $H_4$ ).....	95
4.2.4.5 Pengujian Hipotesis 5 ( $H_5$ ).....	95
4.2.4.6 Pengujian Hipotesis 6 ( $H_6$ ).....	96
4.3 Pembahasan .....	96
<b>BAB V KESIMPULAN</b> .....	115
5.1 Simpulan.....	115
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	115
5.1.1.1 Pengaruh <i>Tangibility</i> terhadap <i>Customer Satisfactions</i> .....	109

5.1.1.2 Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap <i>Customer Satisfactions</i> .....	116
5.1.1.3 Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap <i>Customer Satisfactions</i> .....	116
5.1.1.4 Pengaruh <i>Confidence</i> terhadap <i>Customer Satisfactions</i> .....	117
5.1.1.5 Pengaruh <i>Communication</i> terhadap <i>Customer Satisfactions</i> .....	118
5.1.1.6 Pengaruh <i>Customer Satisfactions</i> terhadap <i>Customers Repurchase</i> .	118
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	119
5.2 Implikasi .....	120
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	120
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	121
5.3 Rekomendasi.....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	127

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar1.1 Logo Hartono Elektronika .....	3
Gambar1.2Brand Merek Hartono Elektronika .....	7
Gambar1.2Karyawan Hartono Elektronika .....	8
Gambar2.1Model Penelitian.....	29
Gambar 3.1Diagram AlurKerangkaPemikiranTeoritis .....	41
Gambar4.1RespondenBerdasarkanUsia.....	53
Gambar4.2RespondenBerdasarkanJenisKelamin.....	53
Gambar4.3Confirmatory Analysis <i>Tangibility, Reliability, Responsiveness, Condifence, dan Communication</i> .....	79
Gambar 4.4Confirmatory Analysis <i>Customers Satisfaction dan Customers Repurchase</i> .....	82
Gambar 4.5 <i>Full Structural Equation Model</i> .....	83

## DAFTAR TABEL

Tabel2.1 Model RegresiUntukKoefisien .....	23
Tabel3.1 DesainIntiKusioner.....	35
Tabel3.2DefinisiOperasionalVariabel .....	37
Tabel3.3KeteranganIndikatorKonstruk.....	42
Tabel3.4 KeteranganHubunganKonstruk .....	43
Tabel 3.5 HasilKonversikedalamPersamaan Model PengukuranKonstruk Endogen	44
Tabel3.6 IndeksPengujianKelayakanSebuah Model ( <i>Goodness of Fit Index</i> ).....	47
Tabel 4.1RespondenBerdasarkanUsia .....	52
Tabel 4.2RespondenBerdasarkanJenisKelamin .....	53
Tabel 4.3DerajatPenilaianSetiapVariabel .....	54
Tabel 4.4TanggapanRespondenterhadap <i>Tangibility</i> .....	55
Tabel 4.5TanggapanRespondenterhadap <i>Reliability</i> .....	56
Tabel 4.6TanggapanRespondenterhadap <i>Responsiveness</i> .....	58
Tabel 4.7TanggapanRespondenterhadap <i>Confidence</i> .....	59
Tabel 4.8TanggapanRespondenterhadap <i>Communication</i> .....	61
Tabel 4.9TanggapanRespondenterhadap <i>Customers Satisfactions</i> .....	62
Tabel 4.10TanggapanRespondenterhadap <i>Customers Repurchase</i> .....	63
Tabel 4.11DistribusiJawabanRespondenterhadapVariabel <i>Tangibility</i> .....	64
Tabel 4.12DistribusiJawabanRespondenterhadapVariabel <i>Reliability</i> .....	66
Tabel 4.13DistribusiJawabanRespondenterhadapVariabel <i>Responsiveness</i> .....	67
Tabel 4.14DistribusiJawabanRespondenterhadapVariabel <i>Confidence</i> .....	69
Tabel 4.15DistribusiJawabanRespondenterhadapVariabel <i>Communication</i> .....	71
Tabel 4.16DistribusiJawabanRespondenterhadapVariabel <i>Customers Satisfactions</i> .....	73
Tabel 4.17DistribusiJawabanRespondenterhadapVariabel <i>Customers Repurchase</i> ..	74
Tabel 4.18 <i>Goodness of Fit Index</i> .....	76
Tabel 4.19HasilUjiNormalitas Data .....	77
Tabel 4.20StatistikDeskriptif <i>Z-score</i> .....	80
Tabel 4.21 <i>Mahalanobis Distance</i> .....	82
Tabel 4.22UjiBobotFaktordanNilaiFaktor Loading <i>Perfomance, Reliability, Durability, Serviceability, Aesthetics</i> .....	84

Tabel 4.23 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor <i>Conformance of Specification, Perceived Quality</i> dan <i>Repurchase Intention</i> .....	87
Tabel 4.24 Index Pengujian Kelayakan .....	89
Tabel 4.25 <i>Regression Weights Full Structural Equation Model</i> .....	89
Tabel 4.26 Uji <i>Reliability</i> .....	91
Tabel 4.27 Hasil Uji Hipotesis .....	93
Tabel 4.28 Indikator Variabel <i>Tangibility</i> .....	100
Tabel 4.29 Indikator Variabel <i>Reliability</i> .....	103
Tabel 4.30 Indikator Variabel <i>Responsiveness</i> .....	104
Tabel 4.31 Indikator Variabel <i>Confidence</i> .....	107
Tabel 4.32 Indikator Variabel <i>Communication</i> .....	109
Tabel 4.33 Indikator Variabel <i>Customers Satisfactions</i> .....	111
Tabel 4.34 Indikator Variabel <i>Customers Repurchase</i> .....	112
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis .....	120
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial.....	125

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN A .....	A-1
------------------	-----

LAMPIRAN B .....	B-1
LAMPIRAN C .....	C-1
LAMPIRAN D .....	D-1