

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, *WORD OF MOUTH*,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG
TIKET KERETA API TARIF KHUSUS**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

SALMA DEA NABILLA
19012010195/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

JAWA TIMUR

2023

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, *WORD OF MOUTH*,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG
TIKET KERETA API TARIF KHUSUS**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

**SALMA DEA NABILLA
19012010195/FEB/EM**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2023

SKRIPSI

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, *WORD OF MOUTH*,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG
TIKET KERETA API TARIF KHUSUS**

Disusun Oleh :

SALMA DEA NABILLA

19012010195/FEB/EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal: 18 Agustus 2023

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si
NIP. 196508141991032001

Pembimbing Utama



Rizky Dermawan, S.E., M.M.
NIP. 197210042001121001
Pembimbing Pendamping



Reiga Ritomles Ariescy, SE, MM
NIP. 199211232018031000

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CFP
NIP. 196304201991032001

23 AUG 2023

**SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS
KARYA**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Salma Dea Nabilla
NPM : 19012010195
NIK : 3578085301010002
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 13 Januari 2001
Alamat : Jl. Jojoran Baru 1/50 RT 03 RW 12
Judul Artikel : The Effect of Customer Experience, Word of Mouth,
and Price Perception on Repurchase Intention of
Special Fare Train Tickets

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri,
serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur
paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme
maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkannya gelar akademik
yang telah saya raih.

Surabaya, 18 Agustus 2023
yang menyatakan,



Salma Dea Nabilla

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul “ Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Word Of Mouth, Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Ulang Tiket Kereta Api Tarif Khusus” dapat terselesaikan dengan baik. Tujuan penyusunan usulan penelitian ini untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) bagi mahasiswa program S-1 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan skripsi ini mendapat bantuan dari berbagai pihak baik secara moril maupun secara materil. Sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat saya mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT selaku rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Ibu Dr. Dra. Ec.Tri Kartika P., MSI., CRP selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Ibu Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si selaku koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran “ Jawa Tmur

4. Bapak Rizky Dermawan, S.E., M.M. dan Bapak Reiga Ritomiea Ariescy, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberi masukan, arahan, dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini
5. Bapak Drs. Zawawi, S.E., M.M. selaku dosen wali selama penulis melakukan studi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
6. Kedua Orang Tua dan keluarga yang telah memberikan doa, perhatian serta dukungan penuh kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
7. Kepada seluruh teman-teman Full Keos tersayang khususnya Dinda, Fia, Al, Balzen, Rafli, dan Hasib yang sudah memberikan motivasi, dukungan, serta dorongan tanpa henti sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik
8. Terima kasih untuk Dums (Uweh, Widya, Diva, dan Safira) yang berbaik hati selalu bersedia mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan semangat maupun dukungan serta doa selama menyelesaikan skripsi ini
9. Teman-teman seperjuangan saya khususnya Ucin dan Rona yang selalu mengerjakan bersama dan memberikan semangat selama menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tidak ada yang sempurna didunia ini, begitupun dengan pengetahuan, kemampuan serta waktu yang penulis miliki sehingga skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap akan muncul penelitian-penelitian baru sebagai pelengkap dan

penyempurna penelitian skripsi ini. Kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat di harapkan untuk menyempurnakan skripsi ini dimasa yang akan datang. Dengan demikian, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak sebagaimana mestinya.

Surabaya, 12 Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAKSI	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Kajian Teori	12
2.2.1. Pengalaman Pelanggan	12
2.2.2. Word of Mouth	13
2.2.3. Persepsi Harga	14
2.2.4. Niat Beli Ulang	15
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	17
2.3.1. Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang	17
2.3.2. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Niat Beli Ulang.....	17
2.3.3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Niat Beli Ulang	18
2.4. Kerangka Konseptual.....	19
2.5. Hipotesis	19

BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	20
3.1.1. Definisi Operasional	20
3.1.2. Pengukuran Variabel	23
3.2. Teknik Penentuan Sampel	24
3.2.1. Populasi.....	24
3.2.2. Sampel	24
3.3. Teknik Pengumpulan Data	25
3.3.1. Jenis dan Sumber Data.....	25
3.3.2. Pengumpulan Data.....	25
3.4. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	26
3.4.1. Cara Kerja PLS	27
3.4.2. Model Spesifikasi PLS	28
3.4.3. Langkah-Langkah PLS	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	36
4.1.1. Profil Perusahaan	36
4.1.2. Gambaran Tiket Kereta Api Tarif Khusus.....	38
4.2. Karakteristik Responden.....	38
4.2.1. Usia Responden	38
4.2.2. Jenis Kelamin.....	39
4.2.3. Penghasilan	39
4.2.4. Metode Pembelian Tiket.....	40
4.3. Deskripsi Hasil Penelitian.....	40
4.4. Deskripsi Hasil Analisis Data	48

4.4.1. Interpretasi Hasil PLS	48
4.5. Pembahasan	57
4.5.1. Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang.....	57
4.5.2. Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang.....	58
4.5.3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Ulang.....	60
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
5.1. Kesimpulan	62
5.2. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	68
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	68
Lampiran 2. Tabulasi Data	72
Lampiran 3. Hasil Frekuensi Jawaban Responden.....	75
Lampiran 4. Hasil Olah Data PLS	77

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Usia Responden.....	38
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4. 3 Penghasilan	39
Tabel 4. 4 Metode Pembelian Tiket	40
Tabel 4. 5 Hasil Frekuensi Pengalaman Pelanggan	40
Tabel 4. 6 Hasil Frekuensi Jawaban Word of Mouth.....	43
Tabel 4. 7 Hasil Frekuensi Persepsi Harga	44
Tabel 4. 8 Hasil Frekuensi Niat Beli Ulang	46
Tabel 4. 9 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	48
Tabel 4. 10 Cross Loading	50
Tabel 4. 11 Average Variance Extracted (AVE)	51
Tabel 4. 12 Composite Reliability	52
Tabel 4. 13 Latent Variable Correlations	53
Tabel 4. 14 R Square.....	55
Tabel 4. 15 Path Coefficient (Mean, STDEF, T-Values,P-Values).....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penilaian KAI Access.....	3
Gambar 4. 1 Logo PT. KAI (Persero)	36
Gambar 4. 2 Outter Model dengan Faktor Loading, Path Coefficient, dan R-Square	54

PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, *WORD OF MOUTH*,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG
TIKET KERETA API TARIF KHUSUS

Oleh:

SALMA DEA NABILLA
19012010195/FEB/EM

ABSTRAKSI

PT. KAI (Persero) adalah sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa transportasi pengangkutan penumpang, barang, dan petikemas. Pada tahun 2019 PT. KAI (Persero) berupaya untuk menaikkan jumlah penumpang dengan memberlakukan tiket kereta api tarif khusus. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari pengalaman pelanggan, *word of mouth*, dan persepsi harga terhadap niat beli ulang tiket kereta api tarif khusus. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan tiket kereta api tarif khusus. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *convenience sampling* sebanyak 112 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah (PLS) dengan uji validitas, uji realibilitas, dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa pengalaman pelanggan dan *word of mouth* berpengaruh dalam niat beli ulang pelanggan, sedangkan persepsi harga tidak berpengaruh dalam niat beli ulang pelanggan.

Kata Kunci: Pengalaman Pelanggan; *Word Of Mouth*; Persepsi Harga; Niat Beli Ulang; Tiket Kereta Api Tarif Khusus; PT. KAI (Persero)