

**PENGARUH EXPERIENCE, TRUST, CUSTOMER SATISFACTION
TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PEMESANAN
LAYANAN GORIDE DI APLIKASI GOJEK
(STUDI PADA MAHASISWA DI UPN "VETERAN" JAWA TIMUR)**

SKRIPSI



Oleh:

NINDI IRMAYA
NPM. 21042010019

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH EXPERIENCE, TRUST, CUSTOMER SATISFACTION
TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PEMESANAN
LAYANAN GORIDE DI APLIKASI GOJEK
(STUDI PADA MAHASISWA DI UPN "VETERAN" JAWA TIMUR)

Disusun Oleh :

NINDI IRMAYA
NPM.21042010019

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING UTAMA


Dr. Jojok Dwiridotjahiono, S.Sos, M.Si
NIP. 197011012021211004

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH EXPERIENCE, TRUST, CUSTOMER SATISFACTION
TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PEMESANAN
LAYANAN GORIDE DI APLIKASI GOJEK
(STUDI PADA MAHASISWA DI UPN "VETERAN" JAWA TIMUR)

Disusun Oleh :

NINDI IRMAYA
NPM.21042010019

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 15 Mei 2025

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


Dr. Jojok Dwiridotjahjono
NIP. 196009241993032001

TIM PENGUJI

1. Ketua


Sumainah Fauziah, S.AB., M.AB
NIP. 199312072022032015

2. Sekretaris


Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

3. Anggota


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si
NIP. 197011012021211004

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nindi Irmaya
NPM : 21042010019
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 16 Mei 2025
Yang membuat pernyataan



Nindi Irmaya
21042010019

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh *Experience, Trust* , Dan *Customer Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Pemesanan Layanan Goride Di Aplikasi Gojek (Studi Pada Mahasiswa Di UPN “Veteran” Jawa Timur)”** dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos,M.Si. selaku Dosen Pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual maupun materiil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh Bapak/Ibu dosen pengajar Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhirnya, dengan segala

keterbatasan yang penulis miliki semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan penulis pada khususnya.

Surabaya, Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 Konsep Pemasaran.....	19
2.2.2 Digital Marketing.....	20
2.2.3 Customer Experience	22
2.2.1.1 Indikator Customer Experience.....	23
2.2.4 Trust.....	27
2.2.2.1 Indikator Trust	28
2.2.5 Customer Satisfaction	30
2.2.3.1 Indikator Customer Satisfaction.....	31
2.2.6 Repurchase Intention.....	31
2.2.4.1 Indikator Repurchase Intention	32
2.3 Kerangka Berfikir	33

2.4	Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Jenis Penelitian	36
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
3.2.1	Definisi Operasional	36
3.2.1.1	Variabel <i>Dependen</i>	37
3.2.1.2	Variabel <i>Independen</i>	38
3.2.2	Pengukuran Variabel	49
3.3	Populasi dan Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	49
3.3.1	Populasi	49
3.3.2	Sampel	50
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	51
3.4	Teknik Pengumpulan Data	52
3.4.1	Jenis Data	52
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	52
3.5	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	53
3.5.1	Teknik Analisis Data	53
3.5.1.1	Uji Validitas	53
3.5.1.2	Uji Reliabilitas	54
3.5.1.3	Uji Asumsi Klasik	55
3.5.1.4	Uji Regresi Linier Berganda	58
3.5.1.5	Uji Hipotesis	59
3.6	Waktu Penelitian	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		63
4.1	Hasil Penelitian	63
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	63
4.2	Penyajian Data	73
4.2.1	Deskriptif Karakteristik Responden	73
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	76
4.3	Analisis dan Pengujian Hipotesis	85
4.3.1	Uji Validitas	85

4.3.2	Uji Reliabilitas	86
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	87
4.3.4	Uji Regresi Linier Berganda	91
4.3.5	Uji Hipotesis.....	93
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	99
BAB V KESIMPULAN & SARAN		116
5.1	Kesimpulan	116
5.2	Saran	117
DAFTAR PUSTAKA		120
LAMPIRAN.....		123

DAFTAR TABEL

Tabel 3 1 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 3 2 Skala Likert.....	49
Tabel 3 3 Waktu Penelitian.....	62
Tabel 4 1 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Customer Experience ...	76
Tabel 4 2 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Trust.....	79
Tabel 4 3 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Customer Satisfaction ..	80
Tabel 4 4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Repurchase Intention ...	83
Tabel 4 5 Uji Validitas.....	85
Tabel 4 6 Uji Reliabilitas.....	86
Tabel 4 7 Uji Normalitas.....	87
Tabel 4 8 Uji Multikolinieritas	88
Tabel 4 9 Uji Heteroskedastisitas	90
Tabel 4 10 Uji Autokorelasi	91
Tabel 4 11 Uji Regresi Linier Berganda	92
Tabel 4 12 Uji Simultan (Uji F).....	94
Tabel 4 13 Uji Parsial (Uji t).....	95
Tabel 4 14 Persamaan & Perbedaan Hasil Penelitian	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia di Tahun 2024.....	2
Gambar 1 2 Kota Termacet di Indonesia	4
Gambar 1 3 Aplikasi Transportasi Online Paling Banyak Diunduh	6
Gambar 2 1 Kerangka Berpikir.....	34
Gambar 4 1 Logo Perusahaan Gojek.....	70
Gambar 4 2 Struktur Perusahaan Gojek.....	71
Gambar 4 3 Diagram Jenis Kelamin Responden	73
Gambar 4 4 Diagram Program Studi Responden	74
Gambar 4 5 Diagram Fakultas Responden	75

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUISIIONER PENELITIAN.....	123
LAMPIRAN 2 HASIL TABULASI SKOR RESPONDEN	127
LAMPIRAN 3 HASIL UJI VALIDITAS.....	130
LAMPIRAN 4 HASIL UJI REABILITAS.....	138
LAMPIRAN 5 HASIL UJI ASUMSI KLASIK	138
LAMPIRAN 6 ANALISIS REGRESI BERGANDA	140
LAMPIRAN 7 LOA JURNAL	142
LAMPIRAN 8 HASIL PLAGIASI	143

ABSTRAK

NINDI IRMAYA, 21042010019, Pengaruh *Experience*, *Trust* , Dan *Customer Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Pemesanan Layanan Goride Di Aplikasi Gojek

(Studi Pada Mahasiswa Di UPN "Veteran" Jawa Timur)

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh pengalaman pelanggan (*Experience*), kepercayaan (*Trust*), dan kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*). Penelitian ini menyoroti bagaimana ketiga faktor tersebut dapat membentuk *Repurchase Intention* di kalangan mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur yang sering menggunakan layanan GoRide. Metode yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan pendekatan regresi linier berganda. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden. Dalam penelitian ini, variabel *Customer Experience*, *Trust* , dan *Customer Satisfaction* dianalisis untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap *Repurchase Intention*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Namun, *Trust* dan *Customer Satisfaction* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *Repurchase Intention*. Meski demikian, secara simultan, ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pelanggan untuk menggunakan kembali layanan GoRide.

Kata Kunci : *Customer Experience*, *Trust* , *Customer Satisfaction*, *Repurchase Intention*, GoRide, Gojek.

ABSTRACT

NINDI IRMAYA, 21042010019, The Effect of Customer Experience, Trust , and Customer Satisfaction on Repurchase Intention on Ordering Goride Services in the Gojek Application

(Study on Students at UPN “Veteran” East Java)

This study aims to determine the effect of Customer Experience (Customer Experience), Trust (Trust), and Customer Satisfaction (Customer Satisfaction). This study highlights how these three factors can shape Repurchase Intention among UPN “Veteran” East Java students who often use GoRide services. The method used is quantitative analysis with multiple linear regression approach. Data was collected through questionnaires distributed to 100 respondents. In this study, the variables of Customer Experience, Trust , and Customer Satisfaction were analyzed to determine how much influence they have on Repurchase Intention. The results showed that Customer Experience has a positive and significant influence on Repurchase Intention. However, Trust and Customer Satisfaction have no significant effect partially on Repurchase Intention. However, simultaneously, the three variables have a significant influence on customer decisions to reuse GoRide services.

Keywords: Customer Experience, Trust , Customer Satisfaction, Repurchase Intention, GoRide, Gojek.