

**PENGARUH PENGALAMAN PEMBELIAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI
KONTER DENA CELL**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Peminatan :

Manajemen Pemasaran



Diajukan Oleh :

DENADA WAHYU SAPUTRI

NIM 1821100003

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA DHARMA
KLATEN**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH PENGALAMAN PEMBELIAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DIKONTER DENA CELL

Diajukan Oleh :

DENADA WAHYU SAPUTRI

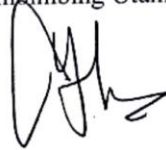
NIM : 1821100003

Telah disetujui pembimbing untuk dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Widya Dharma Klaten

Pada Tanggal...11.....Juli.....2022

Pembimbing Utama



Dr. H. Abdul Hadi, S.E., M.Si

NIK. 690498200

Pembimbing Pendamping



Sarwono Nursito, S.E., M.Sc

NIP. 197612152005011001

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen



H. Abdul Haris, S.E., M.M., M.Pd.

NIK. 690 098 194

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PENGALAMAN PEMBELIAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DIKONTER DENA CELL

Diajukan Oleh :

DENADA WAHYU SAPUTRI

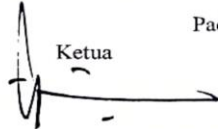
NIM : 1821100003

Telah dipertahankan dan disetujui oleh Dewan Penguji Skripsi Jurusan
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten dan diterima
untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan

Manajemen

Pada Tanggal... 18... Juli... 2022

Ketua



Dr. Sutrisno Badri, M.Sc
NIK 690208290

Sekretaris



Abdul Haris, SE, MM, MPd
NIK 690098194

Pembimbing Utama



Dr. H. Abdul Hadi, S.E., M.Si
NIK. 690498200

Pembimbing Pendamping



Sarwogo Nursito, S.E., M.Sc
NIP. 197612152005011001

Disahkan Oleh Dekan
Fakultas Ekonomi



Dr. Sutrisno Badri, M.Sc

NIK 690208290

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : DENADA WAHYU SAPUTRI

Nim : 1821100003

Jurusan/ Program Studi : EKONOMI MANAJEMEN

Fakultas : EKONOMI

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsiJudul :
PENGARUH PENGALAMAN PEMBELIAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG DIKONTER DENA CELL.

Adalah sebenar-benarnya karya saya sendiri dan bebas dari plagiat. Hal-
hal yang bukan merupakan karya saya dalam skripsi ini telah diberi tanda sitasi
dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya
bersedian menerima sanksi akademik berupa pembatalan ijazah dan pencabutan
gelar yang saya peroleh dari skripsi ini.

Klaten,

Yang Membuat Pernyataan,


(DENADA WAHYU SAPUTRI)

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Allah SWT, atas kasih sayang-Mu skripsi ini dapat selesai dengan lancar. Engkaulah sebaik-baiknya Perencana.
2. Ibu dan bapak untuk doa yang tiada henti, bantuan dan semangat yang tiadabatas. Semoga ini bisa sedikit membahagiakan kalian. Terima kasih atas kasihsayang yang sudah diberikan sampai saat ini, terima kasih untuk selalu percayapada mimpi-mimpi saya. Tunggulah sampai mimpi-mimpi saya terwujud.
3. Keluarga, kekasih, sahabat-sahabat, dan teman-teman tercinta yang selalu memberikan dukungan sampai saat ini.
4. Almamaterku tercinta Universitas Widya Dharma.

MOTTO

“ Memulai dengan Penuh Keyakinan, Menjalankan dengan Penuh Keihklasan,
Menyelesaikan dengan Penuh Kebahagiaan”

“ Orang yang Mampu Belajar dari Kesalahan adalah Orang yang Berani untuk
Sukses “

Apapun yang terjadi, teruslah melangkah dan tetap semangat. Percayalah, semua
akan baik-baik saja jika kau mau melibatkan tuhanmu dalam urusanmu.

Ke Gagalkanku adalah Kunci dari Semua Ke Suksesanku.

(Penulis)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia yang dilimpahkan kepada penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Skripsi ini penulis susun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten dengan judul **"Pengaruh Pengalaman Pembelian Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Konter Dena Cell"**.

Terwujudnya serta terselesainya tugas penulisan skripsi ini adalah berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini tidak lupa penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Sutrisno Badri, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten.
2. Bapak Abdul Haris, SE, M.M., M.Pd., selaku ketua jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten.
3. Bapak Dr. H. Abdul Hadi, S.E, M.Si., selaku pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu guna memberi petunjuk selama proses pelaksanaan penulisan.
4. Bapak Sarwono Nursito, S.E, M.Sc., selaku dosen pembimbing I yang tanpa mengenal lelah telah memberi bimbingan dan dorongan moril dalam penulisan skripsi ini

5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan hingga selesainya skripsi ini.

Semoga kebaikan yang telah diberikn kepada penulis mendapat balasan yang lebih banyak dari ALLAH SWT. Namun penulis juga menyadari begitu kerasnya usaha yang telah penulis lakukan, masih banyak kekurangan. Kritik saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi lebih sempurnanya skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan masyarakat imiah pada umumnya.

Klaten, juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Alasan Pemilihan Judul.....	7
C. Penegasan Judul	7
D. Pembatasan Masalah	8
E. Perumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian	9
G. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Pemasaran	12
B. Pengalaman Pembelian	17
C. Kepercayaan.....	18
D. Minat Beli Ulang.....	20
E. Penelitian Terdahulu	23
F. Kerangka Pemikiran.....	26
G. Hipotesis.....	26

BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Jenis Metode Penelitian	28
B. Lokasi Penelitian.....	28
C. Variabel Penelitian.....	29
D. Sumber Data	29
E. Teknik Pengumpulan Data.....	30
F. Populasi dan sampel	30
G. Uji instrumen Penelitian	32
H. Uji Hipotesis.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Sejarah Singkat Lokasi Penelitian.....	37
B. Deskriptif Data	37
C. Analisis Data	41
D. Hasil Uji Hipotesis	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
A. Kesimpulan.....	49
B. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data penjualan kartu paket data per hari.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 4. 1 identitas responden berdasarkan jenis kelamin	38
Tabel 4. 2 identitas responden berdasarkan pekerjaan	39
Tabel 4. 3 responden berdasarkan pendidikan terakhir	40
Tabel 4. 4 hasil uji validitas variabel pengalaman pembelian (X1)	42
Tabel 4. 5 hasil uji validitas kepercayaan (X2)	42
Tabel 4. 6 hasil uji validitas variabel minat beli (Y)	43
Tabel 4. 7 hasil pengujian reliabilitas.....	44
Tabel 4. 8 hasil analisis regresi linear berganda.....	44
Tabel 4. 9 hasil Uji T (uji parsial)	46
Tabel 4. 10 hasil Uji F.....	47
Tabel 4. 11 Hasil Determinan	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	26
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Permohonan Kuesioner

Lampiran 2: Kuesioner Penelitian

Lampiran 3: Tabulasi Data

Lampiran 4: Hasil Analisis Deskriptif Identifikasi Responden

Lampiran 5: Hasil Uji Validitas

Lampiran 6: Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 7: Hasil Analisis Regresi Berganda, Uji t, Uji F, dan Uji Determinan

Lampiran 8: Distribusi t Tabel

Lampiran 9: Distribusi r Tabel

Lampiran 10: Distribusi F tabel

ABSTRAK

PENGARUH PENGALAMAN PEMBELIAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DIKONTER DENA CELL

OLEH :

DENADA WAHYU SAPUTRI

NIM. 1821100003

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengalaman pembelian dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat beli ulang dikonter dena cell. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan dena cell yang tidak diketahui jumlahnya. Sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 128 responden Anton Dajan (2008 : 10). Adapun teknik pengambilan sampel dengan kuesioner yaitu mengumpulkan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis oleh responden. Analisis data menggunakan regresi linier berganda, karena variabel yang digunakan lebih dari dua variabel. Pengujian statistik dengan Uji F (simultan) dan Uji T (parsial).

Berdasarkan deskripsi data, karakteristik responden adalah berjenis kelamin laki-laki dan perempuan dan berusia 18-50th keatas, sedangkan berdasarkan analisis data yang diperoleh (X1) Pengalaman Pembelian,(X2) Kepercayaan dan (Y) Minat Beli ulang di konter dena cell. Besarnya dipengaruhi variabel bebas terhadap variabel terkait dalam penelitian ini ditunjukkan dengan nilai R square sebesar 38,6% dan yang lain dipengaruhi oleh variabel diluar variabel yang telah diteliti.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data primer. Rumus yang digunakan dalam pengumpulan data adalah korelasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengalaman pembelian,kepercayaan dan minat beli ulang dikonter dena cell. Dan menurut hasil penelitian yang diperoleh dalam Uji F (simultan), variabel pengalaman pembelian,kepercayaan dan terhadap minat beli ulang dikonter dena cell.

Kata kunci : pengalaman pembelian , kepercayaan dan minat beli ulang.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, ponsel atau ponsel tidak murah untuk semua orang. Ponsel menjadi alat bagi semua orang untuk berkomunikasi. Karena handphone merupakan alat yang sederhana untuk dibawa kemana-mana sebagai alat komunikasi. Menurut Thomas J dan Misty E, smartphone adalah telepon yang menyediakan fitur asisten pribadi dan konektivitas internet yang memungkinkan penggunaannya untuk terhubung ke dunia maya, seperti melalui media sosial dan lain-lain. Menggunakan smartphone tidak jauh dari menggunakan paket data atau yang sering kita sebut dengan paket kuota. Kuota paket internet digunakan konsumen untuk mengakses internet seperti chatting, mencari informasi dan hiburan.

Kredit merupakan kebutuhan yang sangat penting. Karena hampir setiap orang memiliki ponsel untuk berkomunikasi dengan orang lain dengan mudah. Penggunaan kredit tidak dibatasi oleh waktu, umur, jenis kelamin, pekerjaan dan pendidikan. Setiap orang dapat menggunakannya untuk tujuan yang berbeda, misalnya: berbicara dengan orang lain, mengirim pesan, menjelajahi internet, berbelanja, dan lainnya. Bisnis kredit tidak akan bisa berhenti selama orang masih berkomunikasi dengan orang lain. Bahkan, bisnis kredit akan semakin berkembang dan semakin canggih dengan beberapa fitur pelengkap dan semakin banyaknya persaingan antar produsen untuk menguasai pasar. Dengan adanya

persaingan ini akan menghadirkan berbagai kemudahan, kenyamanan dan kepuasan konsumen yang maksimal.

Konter ponsel (penjualan pulsa) merupakan salah satu bisnis yang sangat menjanjikan. Hal ini dikarenakan perkembangan teknologi yang sangat pesat. Misalnya di bidang IT (Teknologi Informatika) hal ini dirasakan ketika handphone sudah masuk ke pedesaan. Hampir semua orang menggunakan ponsel sebagai alat komunikasi jarak jauh. Penggunaan alat tersebut tidak lepas dari kebutuhan akan pulsa. Karena ponsel membutuhkan pulsa sebagai bahan bakar agar bisa digunakan sebagaimana mestinya. Meskipun perusahaan ini berasal dari banyak tempat, target perusahaan ini juga telah berkembang. Dari orang biasa hingga mahasiswa. Oleh karena itu, prospek bisnis ini masih sangat besar dan bahkan dapat terus berkembang.

Untuk mendekati dunia kerja membutuhkan banyak informasi, pengetahuan, keterampilan dan pengalaman untuk dikembangkan. Salah satu keterampilan yang ingin kita kuasai dalam berwirausaha adalah komunikasi. Keterampilan ini sangat penting untuk kita kuasai di era globalisasi ini karena ilmu dan penguasaan yang dilakukan akan menjadi tolak ukur dan pedoman dalam melakukan kegiatan bisnis. Pengguna ponsel di Indonesia, menyentuh hampir seluruh lapisan masyarakat Indonesia secara keseluruhan, memastikan peluang bisnis jual pulsa plus ponsel ini menjanjikan dan menguntungkan di masa depan karena banyaknya pengguna ponsel di Indonesia. Bahkan kini seseorang memiliki

dua ponsel dan bayangkan keuntungan yang akan didapat. Modal yang dibutuhkan untuk usaha ini berkisar dari modal kecil hingga modal besar. Untuk modal kecil anda hanya menjual pulsa dan handphone prime, sedangkan untuk modal besar anda menjual handphone baru atau second.

Kepuasan konsumen juga merupakan faktor yang sangat penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan jika ingin memperoleh loyalitas konsumen atau pelanggan. Kepuasan menurut Kotler (2005:70) adalah “perasaan puas atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk dengan kinerja (atau hasil) yang diharapkan). Setiap perusahaan harus memastikan bahwa pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, karena perusahaan harus mampu mempertahankan posisi pasarnya di tengah persaingan yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus dapat memuaskan pelanggan. kebutuhan melalui strategi yang berbeda dan cara yang berbeda, dengan harapan pelanggan akan terpuaskan dan kemudian ingin kembali lagi. Jika konsumen telah menjadi konsumen yang loyal karena merasa puas bahwa kebutuhannya telah terpenuhi, konsumen tidak akan berpindah ke bisnis lain. Menurut Blattebert dan Deighton (1996) dalam editor Ani Agus Kana A. Usama (2008:88), “Lebih mudah mendapatkan pelanggan lama daripada mendapatkan pelanggan baru, artinya lebih mudah perusahaan untuk mempertahankan pelanggan saat ini karena mereka sudah mengetahui dan mengetahui kinerja produk atau jasa perusahaan dan telah mengevaluasi.

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa tindakan orang atau kelompok lain konsisten dengan keyakinan mereka (Debholkar dalam Junusi, 2009). Denada CeLL Klaten Tengah adalah perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan isi ulang pulsa, voucher, kartu perdana, pembayaran digital, saldo e-money dan aksesoris handphone. Mereka harus memberikan kepercayaan penuh kepada pelanggan, semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan, semakin tinggi kepuasan yang akan mereka rasakan. Isi ulang, voucher, kartu perdana, pembayaran digital, saldo e-money, dan aksesoris ponsel berdasarkan prinsip kepercayaan, didukung oleh keunggulan produk dan nilai pelanggan, sehingga masalah kepercayaan, keunggulan produk, dan nilai pelanggan menjadi faktor penting dalam menentukan kesuksesan bisnis ini.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam memberikan pelayanan dapat mengakibatkan kehancuran usaha di kemudian hari. Dalam pasar yang persaingannya cukup tinggi, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan saling berkaitan, artinya jika ada upaya perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat dan sebaliknya jika perusahaan atau badan usaha menurunkan kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan akan meningkat secara otomatis, pelanggan juga akan berkurang. Konsumen ketika terus menerus membeli barang atau jasa. Dalam pasar yang persaingannya cukup

tinggi, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan saling berkaitan, artinya jika ada upaya perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat dan sebaliknya jika perusahaan atau badan usaha menurunkan kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan akan meningkat. meningkat secara otomatis, pelanggan juga akan berkurang. Loyalitas konsumen tercapai jika perusahaan memperhatikan ketiga faktor tersebut dan melakukannya dengan baik. Loyalitas konsumen dapat tercermin dari kebiasaan yang diulang-ulang. Konsumen yang sudah memiliki loyalitas pada satu perusahaan tidak akan mempertimbangkan perusahaan lain.

Dena Cell Klaten adalah perusahaan yang bergerak di bidang isi ulang pulsa, voucher, kartu perdana, pembayaran digital, saldo e-money dan aksesoris handphone. Meraih konsumen bukanlah hal yang mudah, perusahaan-perusahaan melakukan beberapa cara agar mendapatkan loyalitas dengan cara memberikan yang terbaik kepada konsumen dengan memperhatikan ketiga faktor seperti kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan kebijakan harga. Dena Cell Klaten merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan isi ulang pulsa, *voucher*, kartu perdana, pembayaran digital, saldo emoney dan *accessoris handphone*. Dan beralamatkan di Jl.Parikesit No.43 dan mulai beroperasi dari jam 07:00-21:00 WIB buka setiap hari. Berikut daftar penjualan kartu

paketdata.

Tabel 1. 1 Data penjualan kartu paket data per hari

NO	NAMA BARANG	RATA-RATA JUMLAH
1	KARTU PERDANA	2
2	VOUCHER DATA	20
3	ISI ULANG PULSA	15
4	PEMBAYARAN DIGITAL	3
5	SALDO EMONEY	15
6	AKSESORIS HP	10
TOTAL		65

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa rata-rata penjualan isi ulang pulsa, voucher, kartu perdana, pembayaran digital, saldo emoney dan accesoris handphon di

Konter Dena Cell Klaten adalah 65 buah/hari dengan penjualan tertinggi adalah penjualan vocer data dengan jumlah penjualan 20 buah/hari dan terendah adalah kartu perdana yaitu 2 buah/hari. Data tersebut menunjukkan bahwa penjualan di Dena Cell Klaten cukup tinggi setiap harinya. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pengalaman Pembelian Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Dena Cell”**

B. Alasan Pemilihan Judul

1. Alasan Obyektif

- a. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pengetahuan serta informasi tentang pengalaman pembelian, kepercayaan terhadap minta beli ulang di Konter Dena Cell Klaten.
- b. Penulis merasa tertarik untuk meneliti seberapa besar pengaruh pengalaman pembelian, kepercayaan terhadap minta beli ulang di Konter Dena Cell Klaten.

2. Alasan Subyektif

- a. Lokasi penelitian di tempat peneliti bekerja dan mudah dijangkau.
- b. Ingin mendalami tentang keterkaitan pengaruh pengalaman pembelian, kepercayaan terhadap minta beli ulang di Konter Dena Cell

C. Penegasan Judul

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami /menafsirkan perlu dikemukakan penegasan istilah sebagai berikut :

1. Pengertian Pengalaman Pembelian

Menurut kotler (2005:217) pengalaman adalah pembelajaran yang mempengaruhi perubahan perilaku seseorang.

2. Menurut mulyadi (2008:316) pembelian adalah serangkaian tindakan untuk mendapatkan barang dan jasa melalui penukaran dengan maksud untuk digunakan sendiri atau dijual kembali.

3. Pengertian Kepercayaan

Menurut Morgan dan Hunt (1994) menjelaskan tentang kepercayaan. Kepercayaan dapat mendorong pemasar untuk berusaha menjaga hubungan yang terjalin dengan kerjasama dengan rekan perdagangan.

4. Pengertian Minat Membeli Ulang

Menurut thamrin dan Francis (2012), minat beli ulang merupakan minat pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Minat beli ulang yang tinggi dari konsumen ketika memutuskan untuk mengadopsi suatu produk.

D. Pembatasan Masalah

Dalam menyusun skripsi ini peneliti membatasi masalah untuk memudahkan analisis agar dalam penelitian ini memperoleh pengetahuan yang mendalam tentang objek yang diteliti, sehingga data yang dikumpulkan bisa dipelajari secara keseluruhan danberintegrasi.

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini difokuskan pada variabel Pengalaman pembelian, kepercayaan terhadap minat membeli ulang di konter dena cell.
2. Penelitian ini dilakukan pada konsumen dena cell di desa Semangkak Klaten.

E. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang identifikasi masalah dan batasan masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Apakah Ada Pengaruh Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Dikonter Dena Cell?
2. Apakah Ada Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Dikonter Dena Cell?
3. Apakah Ada Pengaruh Pengalaman Pembelian Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Konter Dena Cell?

F. Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji sesuatu pendapat yang benar dan nyata pada objek yang diteliti. Namun secara spesifikasi tujuan penelitian adalah :

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Pengalaman Pemblian Terhadap Minat Beli Ulang Pada Dena Cell.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepercayaan Pada Dena Cell.
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh pengalaman pembelian dan kepercayaan terhadap minat beli ulang dikonter dena cell.

G. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dalam menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan di Konter Dena Cell, sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Dengan penulisan Skripsi ini diharapkan bisa menambah wawasan dalam perkembangan teori dan ilmu pengetahuan yang terkait dengan Pengaruh pengalaman pembelian dan Kepercayaan Terhadap minat membeli ulang Di Konter Dena Cell Klaten.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Perusahaan

Dengan penelitian ini dapat menjadi masukan atau pertimbangan untuk mengadakan evaluasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa, kepercayaan kepuasan konsumen sebagai pertimbangan bagi manajemen untuk membuat kebijakan.

b. Bagi Peneliti

- 1) Sebagai media pembelajaran diri penulis untuk meningkatkan kreativitas dalam menerapkan teori-teori perkuliahan yang telah diterima selama ini.
- 2) Sebagai bekal dalam mempersiapkan diri sebelum terjun di dunia kerja sehingga dapat melihat kelebihan dan

kekurangan diri guna meningkatkan kinerja penulis.

- 3) Menambah wawasan penulis dalam berinovasi untuk mendukung tugas akhir ini.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan dapat memberikan referensi dan sumber informasi bagi mahasiswa dan untuk semuanya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari pengalaman pembelian dan kepercayaan terhadap minat beli ulang dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis regresi linier berganda dihasilkan persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = 5,511 + 0,355X_1 + 0,484X_2$, nilai konstanta sebesar 5,511 yang berarti jika tidak ada kegiatan pengalaman pembelian dan kepercayaan maka akan terjadi peningkatan minat beli ulang sebesar 5,511.
2. Berdasarkan pengujian uji T, variabel pengalaman pembelian memiliki nilai signifikan $0,001 < 0,05$, sedangkan $t_{hitung} 3,470 > t_{tabel} 1,979$ artinya H1 yang berbunyi Diduga Ada Pengaruh Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Pada Dena Cell di terima.
3. Berdasarkan uji T , variabel kepercayaan memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$, sedangkan $t_{hitung} 4,225 > t_{tabel} 1,979$ artinya H2 yang berbunyi Diduga Ada Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Dena Cell diterima.
4. Berdasarkan analisis uji F menunjukkan signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya signifikan. $F_{hitung} 40,855 > F_{tabel} 3,07$, artinya variabel pengalaman pembelian (x1), kepercayaan (x2) secara

bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli ulang (Y) di dena cell. Maka H3 yang berbunyi Diduga Ada Pengaruh Pengalaman Pembelian Dan Kepercayaan terhadap minat beli Ulang Di Dena Cell di terima.

5. Berdasarkan nilai adjusted R square yang diperoleh adalah 0,386 atau 38,6%. Angka tersebut memberikan arti bahwa pengalam pembelian dan kepercayaan terhadap minat beli ulang konsumen sebesar 38,6% sedangkan sisanya 61,4% lainnya adalah kontribusi dari faktor luar pembahasan skripsi.

B. Saran

1. Bagi dena cell

Berdasarkan penelitian respnden dalam penelitian ini, upaya yang sebaiknya dilakukan oleh dena cell, diharapkan dena cell dapat memberikan kepercayaan terhadap konsumen dena cell.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti pengalam pembelian dan kepercayaan terhadap minat beli ulang, misalnya melalui HP terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat ditangkap oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, thamrin dan Tantri francis. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Anto Dajan, 1986, Pengantar Metode Statistik II, Penerbit LP3ES, Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. (2013). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Armstrong, Kotler (2016) Marketing An Introduction, Edisi 13, USA: Perason Education
- Barling, J., Slater, F., & Kevin Kelloway, E. (2000). Transformational Leadership and Emotional Intelligence: An Exploratory Study. *Leadership & Organization Development Journal*, 21(3), 157–161.
- Barnes, James. G.2003. “ Secret of Customer Relationship Management”. Terjemahan Andreas Winardi, Spd. Yogyakarta : Andi.
- Becker, B. dan B. Gerhart. 1996. The Impact of Human Resource Management on Organizational Performance: Progress and Prospects. *Academy of Management Journal* 39 (4): 779–801.
- Cronin, J., Joseph, Jr.,Steven A., & Taylor. (1992). *Measuring Service quality : A reexamination and extention. Journal Of Marketing.*

- Ferdinand, Augusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Fred, Weston, J dan Thomas E Copeland. 1999. Manajemen Keuangan. Edisi 8. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Kementerian Kesehatan RI. Pusat Data dan Informasi Penyakit Tidak Menular. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia; 2012.
- Kim, S., and Stoel, L. (2004). "Apparel retailers: websites quality dimensions and satisfaction." *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 11, Number 2, pp, 109-117
- Kotler, Philip (2005). Manajemen Pemasaran, edisi 11, Jilid 2, Jakarta : Prenhalindo
- Ling, K.C., Chai, L.T., dan Piew, T.H., (2010), The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers' Online Purchase Intention, *International Business Research*, Vol. 3, No. 3; July 2010.
- Morgan, R.M. and Hunt, S.D. (1994), "The commitment-trust theory of relationship marketing", *Journal of Marketing*, Vol. 58 No. 3, pp. 20-38.
- Mulyadi. 2008. Sistem Akuntansi. Edisi keempat. Jakarta: Salemba Empat

Stephen P. Robbins, *Perilaku Organisasi*, Jakarta, PT Indeks Kelompok Gramedia, 2006

Supranto J., 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Rineka Cipta, Jakarta,

Wayan, Febri, Astari, dan Komang, A, S, Pramudana. (2016). "Peran Experiential Value Dalam Memediasi Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Repurchase Intention Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana." *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* Vol. 10, No. 1, Februari 2016.