



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Repurchase*
***Intention* di KodeKiddo**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Chintia Vitrianti Basarah

2015320160

Bandung

2019



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Repurchase*
***Intention* di KodeKiddo**

Skripsi

Oleh

Chintia Vitrianti Basarah

2015320160

Pembimbing

Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T.

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Persetujuan Skripsi

Nama : Chintia Vitrianti Basarah
Npm : 2015320160
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Repurchase Intention* di KodeKiddo

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 5 Juli 2019
Dan dinyatakan LULUS

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si

:

Sekretaris

Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T

:

Anggota

Angela Caroline, S.AB., M.M

:

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Chintia Vitrianti Basarah
NPM : 2015320160
Jurusan/ Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Repurchase Intention* di KodeKiddo

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya ilmiah tulis sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 5 Juli 2019



Chintia Vitrianti Basarah

ABSTRAK

Nama : Chintia Vitrianti Basarah
NPM : 2015320160
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang di KodeKiddo

KodeKiddo merupakan bisnis rintisan yang bergerak di bidang jasa. KodeKiddo bertujuan untuk membantu orangtua dalam mengembangkan *soft skill* anak di bidang teknologi dan juga membantu mengarahkan penggunaan teknologi anak agar penggunaannya menjadi lebih positif dan bermanfaat bagi anak. KodeKiddo berpusat di Silicon Valley, Amerika Serikat sehingga mempunyai materi dan program global yang dilakukan di negara- negara maju sehingga KodeKiddo membuka kesempatan bagi anak yang ingin berkompetisi *coding* internasional.

Sebagai salah satu bisnis rintisan di bidang jasa maka KodeKiddo harus memastikan kualitas dari jasa yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan dilakukan sebaik mungkin. Hal itu dikarenakan orangtua adalah pihak yang merasakan pelayanan yang diberikan oleh KodeKiddo baik atau tidak. Hal tersebut merupakan hal penting karena hal tersebut dapat menjadi landasan apakah orangtua akan melakukan pembelian ulang atau tidak.

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan orangtua dari anak-anak yang belajar di KodeKiddo. Data kemudian diolah secara kuantitatif dan dianalisis secara deskriptif. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan dan positif mempengaruhi minat pembelian ulang, dimana kualitas pelayanan berkontribusi 36,5% terhadap minat pembelian ulang. Diperoleh kesimpulan berdasarkan tabel tanggapan responden bahwa kualitas pelayanan di KodeKiddo termasuk kategori baik.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan. Minat Pembelian Ulang, KodeKiddo

ABSTRACT

Name : Chintia Vitrianti Basarah
NPM : 2015320160
Title : The Influence of Service Quality on Repurchase Intention
at KodeKiddo

KodeKiddo is a pilot business engaged in services. KodeKiddo aims to help parents develop children's soft skills in the field of technology and also help direct the use of children's technology so that their use becomes more positive and beneficial for children. KodeKiddo is based in Silicon Valley, USA so that it has global material and programs carried out in developed countries so that KodeKiddo opens opportunities for children who want to compete internationally.

As one of the pilot businesses in the service sector, KodeKiddo must ensure the quality of services offered and the services provided are as good as possible. That is because parents are parties who feel the service provided by KodeKiddo is good or not. This is important because it can be the basis of whether parents will repurchase or not.

In this study, data was collected by distributing questionnaires to 100 respondents who were parents of children who studied at KodeKiddo. The data is then processed quantitatively and analyzed descriptively. The results show that service quality significantly and positively affects the interest in repurchase, where service quality contributes 36.5% to interest in the repurchase. So the conclusions are obtained based on the tables of respondents' responses that the quality of service at KodeKiddo is in a good category.

Key words: Service Quality, Repurchase Interest, KodeKiddo

KATA PENGHANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya. Skripsi ini merupakan salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan studi tingkat S-1 dan syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Program Studi Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katholik Parahyangan.

Proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari doa, bantuan, dukungan dan bimbingan dari banyak pihak yang membuat penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Mamah, Papah yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu. Terimakasih untuk segalanya. ☺
2. Adik-adik tercinta penulis yaitu Jaya, Pia dan Cilla yang menjadi semangat agar penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu.
3. Ibu Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T. selaku dosen pembimbing yang membantu penulis menyusun skripsi ini dan telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan arahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katholik Parahyangan
5. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.
6. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katholik Parahyangan, terutama dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah mengajar dan memberikan ilmu, pengetahuan dan pengalaman kepada penulis.
7. Pemilik dan karyawan KodeKiddo yang telah memberikan informasi mengenai KodeKiddo dan membantu penulis dalam melakukan penelitian di KodeKiddo.
8. Bartolomew Cordei yang selalu menemani dan memberikan doa, semangat, dukungan penuh sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Eyang Yati yang selalu mendoakan penulis dan memberikan semangat untuk penulis.
10. Sahabat SD-SMP-SMA, khususnya Christy, Putri, Rachel dan Acid yang selalu mendukung penulis dari jarak jauh.
11. Sahabat selama diperkuliahan Venny, Florence dan Cristine yang selalu mendukung dan selalu ada untuk penulis semenjak semester awal perkuliahan di Unpar.
12. Winter yang selalu menjadi penenang dikala penulis lelah mengerjakan skripsi.
13. Seventeen yang selalu menemani penulis saat penulis sedang mengerjakan skripsi.
14. Seluruh teman-teman Ilmu Administrasi Bisnis 2015 yang telah memberikan kenangan selama perkuliahan di Universitas Katholik Parahyangan.

Bandung, 5 Juli 2019



Chintia Vitrianti Basarah

2015320160

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGHANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GRAFIK	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penulisan	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 KERANGKA TEORI	7
2.1 Kewirausahaan (<i>Entrepreneurship</i>)	7
2.2 Bisnis Rintisan (<i>Start-Up</i>)	7
2.3 Jasa	8
2.4 Kualitas Pelayanan	9
2.5 Minat Pembelian Ulang (<i>Repurchase Intention</i>)	12
2.6 Penelitian Terdahulu	15
2.7 Hipotesis Penelitian	17
BAB 3 METODE PENELITIAN	18
3.1 Jenis Penelitian	18
3.2 Metode Penelitian	18

3.3	Model Penelitian	19
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	19
3.5	Populasi dan Sampel	24
3.6	Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	25
3.7	Teknik Analisis Data.....	27
BAB 4 OBJEK PENELITIAN		32
4.1	Profil Perusahaan	32
4.2	Lokasi KodeKiddo	40
4.3	Program KodeKiddo	41
4.4	Jadwal dan Biaya Program.....	48
4.5	Cara Mendaftar di Kodekiddo.....	49
BAB 5 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		51
5.1	Uji Validitas dan Uji Reabilitas	51
5.2	Uji Normalitas	54
5.3	Deskripsi Karakteristik Responden.....	55
5.4	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan dan <i>Repurchase Intention</i>	57
5.5	Kategorisasi Variabel Penelitian	66
5.6	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Minat Beli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>).....	76
BAB 6 SARAN DAN KESIMPULAN		81
6.1	Kesimpulan	81
6.2	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN.....		86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Model Penelitian.....	19
Gambar 4.1 Logo KodeKiddo	34
Gambar 4.2 Ruangan belajar KodeKiddo Bandung	34
Gambar 4.3 Ruang belajar KodeKiddo Medan	35
Gambar 4.4 Ruangan belajar KodeKiddo Kelapa Gading	35
Gambar 4.5 Ruangan belajar KodeKiddo Semarang.....	36
Gambar 4.6 Ruangan belajar KodeKiddo Pondok Indah	36
Gambar 4.7 Ruangan <i>unplugged</i> KodeKiddo Gading Serpong	37
Gambar 4.8 Ruangan <i>unplugged</i> KodeKiddo Permata Buana	37
Gambar 4.9 Ruangan <i>unplugged</i> KodeKiddo Denpasar	38
Gambar 4.10 Ruangan <i>unplugged</i> KodeKiddo Surabaya.....	38
Gambar 4.11 Ruangan tunggu di KodeKiddo (1).....	39
Gambar 4.12 Rungan tunggu di KodeKiddo (2)	39
Gambar 4.13 Ruangan tunggu di KodeKiddo (3).....	40
Gambar 4.14 Kodable.....	43
Gambar 4.15 Code Monkey.....	44
Gambar 4.16 <i>Strach</i>	45
Gambar 4.17 <i>Grook Learning</i>	46
Gambar 4.18 Kegiatan belajar di KodeKiddo (1).....	46
Gambar 4.19 Kegiatan belajar di KodeKiddo (2).....	47
Gambar 4.20 Kegiatan belajar di KodeKiddo (3).....	47
Gambar 4.21 Kompetisi <i>coding</i>	48

Gambar 5.1 Uji Normalitas	55
Gambar 5.2 Garis Kontinum Dimensi <i>Reability</i>	68
Gambar 5.3 Garis Kontinum Dimensi <i>Responsiveness</i>	69
Gambar 5.4 Garis Kontinum Dimensi <i>Assurance</i>	71
Gambar 5.5 Garis Kontinum Dimensi <i>Emphaty</i>	72
Gambar 5.6 Garis Kontinum Dimensi <i>Tangible</i>	74
Gambar 5.7 Garis Kontinum Variabel <i>Repurchase Intention</i>	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	19
Tabel 3.2 Skala Likert	27
Tabel 3.3 Standart Penilaian Reliabilitas.....	28
Tabel 3.4 Pedoman Tingkat Keeratan Hubungan	29
Tabel 5.1 Uji Validitas	52
Tabel 5.2 Uji Reabilitas.....	53
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi/ Pekerjaan	56
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan Satu Bulan Terakhir	57
Tabel 5. 6 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Reliability</i>	58
Tabel 5. 7 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Responsiveness</i>	59
Tabel 5.8 Tanggapan Responden Mengenai Terhadap dimensi <i>Assurance</i>	60
Tabel 5.9 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Emphaty</i>	62
Tabel 5.10 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Tangible</i>	63
Tabel 5.11 Tanggapan Responden terhadap variabel <i>Repurchase Intention</i>	64
Tabel 5.12 Kriteria Persentase Tanggapan Responden	67
Tabel 5.13 Kategori Dimensi <i>Reability</i>	67
Tabel 5.14 Kategori Dimensi <i>Responsiveness</i>	68
Tabel 5.15 Kategori Dimensi <i>Assurance</i>	70
Tabel 5.16 Kategori Dimensi <i>Emphaty</i>	71
Tabel 5.17 Kategori Dimensi <i>Tangible</i>	73
Tabel 5.18 Kategori Dimensi <i>Repurchase Intention</i>	74

Tabel 5.19 Analisis Regresi Linier Sederhana	76
Tabel 5.20 Pedoman Tingkat Keeratan Hubungan	78
Tabel 5.21 Analisis Korelasi	78

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Dampak Negatif Teknologi Terhadap Anak	3
Grafik 1.2 Dampak Positif Teknologi Terhadap Anak.....	3

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

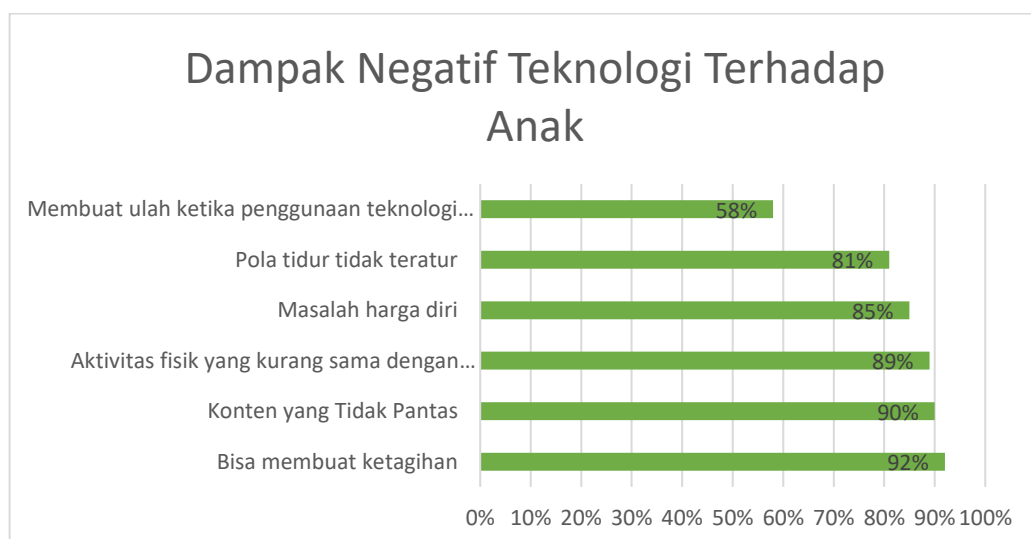
Perkembangan bisnis di Indonesia sedang berkembang pesat hal itu terlihat dari munculnya perusahaan- perusahaan *start-up* dan pertumbuhan angka Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang terus naik. Dikutip dari CNN (Mutmainah, 2016) Indonesia bahwa kenaikan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) naik dari 57.84 persen menjadi 60.34 persen pada tahun 2016. Pertumbuhan *start up*, Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tersebut dilandasi oleh perkembangan teknologi saat ini yang memudahkan para pelaku bisnis untuk melakukan proses bisnisnya. Perkembangan teknologi yang cepat ini membawa dampak positif yang dirasakan oleh masyarakat dan khususnya bagi para pelaku usaha. Pelaku usaha dapat dengan mudahnya membuat *website*, berjualan di *marketplace* yang ada dan menggunakan media sosial untuk memasarkan produk-produk yang akan di jualnya.

Hal tersebut memunculkan peluang-peluang bagi bisnis baru untuk berinovasi. Baik bisnis yang memproduksi barang atau jasa. Dengan bantuan perkembangan teknologi membantu para pelaku usaha untuk memasarkan produk atau jasa yang mereka miliki. Perkembangan teknologi yang cepat ini tentunya membawa dampak terhadap gaya hidup masyarakat baik kalangan dewasa, remaja dan anak-anak. Dengan adanya teknologi, informasi menjadi lebih mudah untuk di akses. Anak-anak dan remaja juga dapat dengan mudah mengakses siaran televisi /

video ataupun bermain permainan yang menjadi daya tarik tersendiri bagi kalangan anak-anak dan remaja.

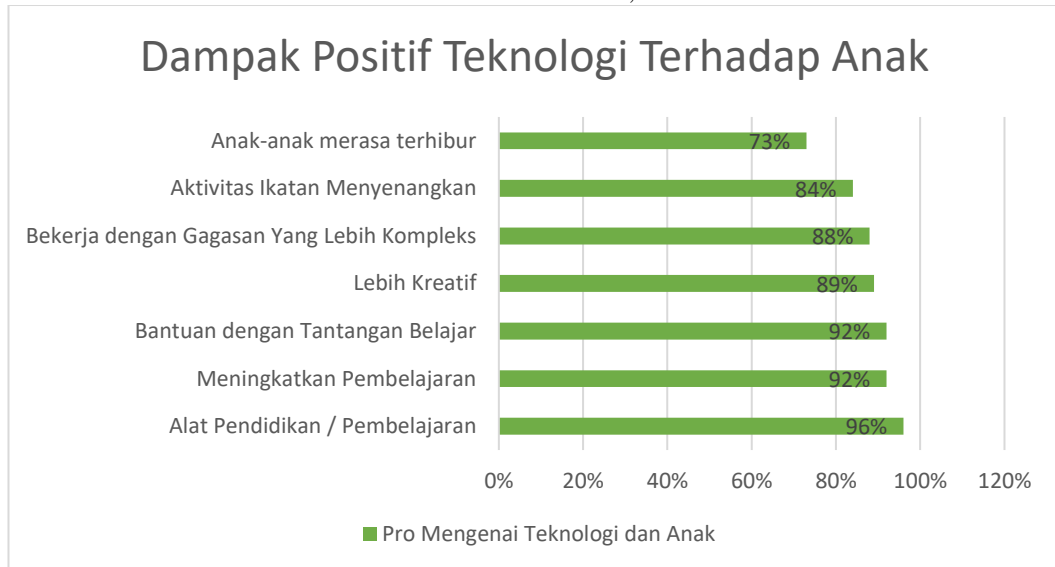
Penelitian yang dilakukan oleh *The Real Insurance* (2018) mengatakan bahwa penggunaan teknologi seperti internet di rumah tangga di Australia telah meningkat di angka 86 persen dan anak di atas 13 tahun mengategorikan diri mereka sebagai penggemar teknologi. 69 persen orangtua anak usia 2 sampai dengan 12 tahun menyatakan bahwa mereka adalah penggemar teknologi, sedangkan hanya 36 persen dari orangtua anak usia diatas 12 tahun yang merupakan penggemar teknologi. Orangtua anak 2 sampai 12 tahun mengetahui bahwa teknologi memudahkan mereka untuk lebih dekat dengan anak-anaknya lewat menonton bersama atau bermain game bersama, sedangkan orangtua anak berusia 12 tahun merasa bahwa anak sudah mulai mandiri dan sulit bagi orangtua mengontrol apa yang anaknya lakukan di internet khususnya saat anak di luar rumah.

Dikutip dari survei yang telah dilakukan oleh *The Real Insurance* (2018), terdapat dampak negatif dan positif mengenai penggunaan teknologi oleh anak.



Grafik 1.1 Dampak Negatif Teknologi Terhadap Anak

Sumber: The Insurance, 2018

**Grafik 1.2** Dampak Positif Teknologi Terhadap Anak

Sumber: The Insurance, 2018

Setelah mengetahui dampak negatif dan positif teknologi terhadap anak, kita bisa mengetahui bahwa teknologi mempunyai hal positif dan juga negatif. Dikarenakan hal tersebut, maka orangtua harus bijak dalam menggunakan teknologi seperti internet atau orangtua bisa melakukan pengawasan terhadap anak-anaknya saat menggunakan internet.

Teknologi sendiri ada akibat pengaruh globalisasi yang terjadi secara cepat di Indonesia. Teknologi sendiri membantu mempermudah pekerjaan manusia, maka dari itu jika orangtua dapat mengembangkan kemampuan di bidang teknologi pada anak dengan pendekatan yang tepat dan baik, maka teknologi yang dianggap lebih banyak konten yang bersifat negatif bisa menjadi hal positif bagi anak.

Maka dari itu sebuah peluang baru bagi industri bisnis jasa untuk menjadikan perkembangan teknologi sebagai sebuah bisnis. Dimana bisnis ini dapat membantu

anak-anak menggunakan kemampuannya di bidang teknologi dengan lebih bermanfaat dan dapat menambah *soft skill* yang dimiliki anak. Jika anak sudah mengetahui bahwa teknologi punya segudang hal positif dan manfaat dan ditambah dipelajari dengan cara yang menyenangkan, anak-anak akan menggunakan teknologi dengan cara yang lebih positif. Tentunya hal tersebut bisa membantu orangtua dalam mengarahkan anaknya untuk menggunakan teknologi secara positif.

Dikutip dari Detik INET (Putri, 2019) Indonesia butuh sekitar 600 talenta digital tiap tahun. Permintaan ini disebabkan karena pertumbuhan ekonomi digital yang semakin cepat. Sehingga menurut Staf Khusus Menkominfo Lis Sutijati mengusulkan untuk melakukan pengembangan talenta digital sejak usia dini dengan memasukan *coding* ke kurikulum sekolah dasar. Sehingga terbukti bahwa pendidikan teknologi seperti *coding* dibutuhkan sejak usia dini dan orangtua membutuhkan sarana untuk mengembangkan kemampuan *softskill* anak.

KodeKiddo adalah bisnis *start-up* di bidang jasa yang membantu orangtua dalam mengembangkan *soft skill* anak di bidang teknologi dan membantu mengarahkan agar penggunaan teknologi oleh anak bisa menjadi lebih positif dan bermanfaat. Karena orangtua tidak bisa mengawasi aktivitas atau penggunaan internet anak selama 24 jam, maka dari itu itu KodeKiddo menawarkan fasilitas bernama seesaw dimana orangtua tetap bisa mengawasi aktivitas atau melihat progress anak saat belajar di KodeKiddo tetapi saat melakukan studi lapangan ditemukan bahwa masih ada anak-anak yang berhenti belajar di KodeKiddo.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan sampel yang lebih besar. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan riset apakah kualitas pelayanan bisa memberikan pengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* di KodeKiddo. Maka dari itu, penulis membahas lebih lanjut di dalam skripsi yang berjudul **“PENGARUH KEPUASAN PELAYANAN TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DI KODEKIDDO.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan di latar belakang sehingga dapat diidentifikasi beberapa masalah:

1. Bagaimana penilaian konsumen terhadap tingkat kualitas pelayanan di KodeKiddo?
2. Bagaimana sikap konsumen mengenai *repurchase intention* di KodeKiddo?
3. Apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap *repurchase intention* di KodeKiddo?

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis penilaian konsumen mengenai kualitas pelayanan di KodeKiddo
2. Mengetahui dan menganalisis sikap konsumen mengenai *repurchase intention* di KodeKiddo

3. Mengetahui dan menganalisis apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap *repurchase intention* di KodeKiddo dan seberapa besar pengaruhnya.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi perusahaan

Penulis berharap penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat memberikan masukan ataupun saran bagi manajemen KodeKiddo dalam menentukan langkah yang tepat agar kualitas pelayanan tetap terjaga bahkan bisa ditingkatkan dengan memperhatikan faktor- faktor yang menentukan mengapa konsumen ingin melakukan pembelian ulang (*repurchase intention*) di KodeKiddo.

2. Manfaat bagi penulis

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan teori yang telah dipelajari pada saat kuliah dengan teori yang sebenarnya ada di lapangan. Selain itu hal ini bertujuan agar penulis mempunyai gambaran menghadapi persoalan seperti ini di lapangan.

3. Manfaat bagi akademis

Penelitian ini bertujuan untuk memperluas pengetahuan pembaca mengenai masalah yang di bahas penulis dalam penelitian ini dan bisa dijadikan referensi oleh pembaca untuk melanjutkan penelitian berikutnya.