

SKRIPSI

***TRUST, CUSTOMER SATISFACTION, DAN PERCEIVED EASE
OF USE DAPAT MEMPREDIKSI REPURCHASE INTENTION
PENGGUNA SITUS TRAVELOKA DI JAKARTA***



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : EDE KRISNATA IRIANTO

NIM : 115150111

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2019

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Ede Krisnata Irianto
NO. MAHASISWA : 115150111
PROGRAM/JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
BIDANG KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : *TRUST, CUSTOMER SATISFACTION, DAN
PERCEIVED EASE OF USE DAPAT
MEMPREDIKSI REPURCHASE INTENTION
PENGGUNA SITUS TRAVELOKA DI
JAKARTA*

Jakarta, 3 Juli 2019

Pembimbing,



(Dr. Keti, S.E., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

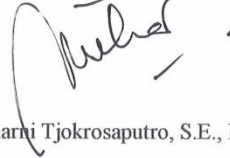
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Ede Krisnata Irianto
NO. MAHASISWA : 115150111
PROGRAM/JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
BIDANG KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : *TRUST, CUSTOMER SATISFACTION, DAN PERCEIVED EASE OF USE* DAPAT MEMPREDIKSI *REPURCHASE INTENTION* PENGGUNA SITUS TRAVELOKA DI JAKARTA

Tanggal: 9 Juli 2019

KETUA PENGUJI:



Dr. Miharni Tjokrosaputro, S.E., M.M.

Tanggal: 9 Juli 2019

ANGGOTA PENGUJI:



Dr. Keni, S.E., M.M.

Tanggal: 9 Juli 2019

ANGGOTA PENGUJI:



Dr. Cokki, S.E., M.M.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

ABSTRAK

(A)EDE KRISNATA IRIANTO (115150111)

(B) *TRUST, CUSTOMER SATISFACTION, DAN PERCEIVED EASE OF USE*
DAPAT MEMPREDIKSI *REPURCHASE INTENTION* PENGGUNA SITUS
TRAVELOKA DI JAKARTA

(C) xv + 95 halaman, 2019, tabel 19, gambar 10, lampiran 6

(D) MANAJEMEN PEMASARAN

(E) **Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *trust, customer satisfaction, dan perceived ease of use* dapat memprediksi *repurchase intention*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, dengan jumlah sampel sebanyak 162 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form* dan diproses dengan menggunakan *SmartPLS 3* dan *IBM SPSS Statistics 23*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *convenience sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trust, customer satisfaction, dan perceived ease of use* dapat memprediksi secara positif *repurchase intention*.

(F) Daftar bacaan

(G) Dr. Keni, S.E., M.M.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

ABSTRACT

(A)EDE KRISNATA IRIANTO (115150111)

(B)*TRUST, CUSTOMER SATISFACTION, AND PERCEIVED EASE OF USE
COULD PREDICT REPURCHASE INTENTION FROM USER SITE OF
TRAVELOKA IN JAKARTA*

(C) xv + 95 pages, 2019, tables 19, pictures 10, attachments 6

(D)*MARKETING MANAGEMENT*

(E) ***Abstract:*** *The purpose of this study was to find out whether trust, customer satisfaction, and perceived ease of use could predict repurchase intention. The research method used in this study is descriptive, with a total of sample is 162 respondents. Data collection was done by distributing questionnaires through google form and processed using SmartPLS 3 and IBM SPSS Statistics 23. The sampling technique in this study was convenience sampling. The results of the study show that trust, customer satisfaction, and perceived ease of use could positively predict repurchase intention.*

(F) *Reading list*

(G) Dr. Keni, S.E., M.M.