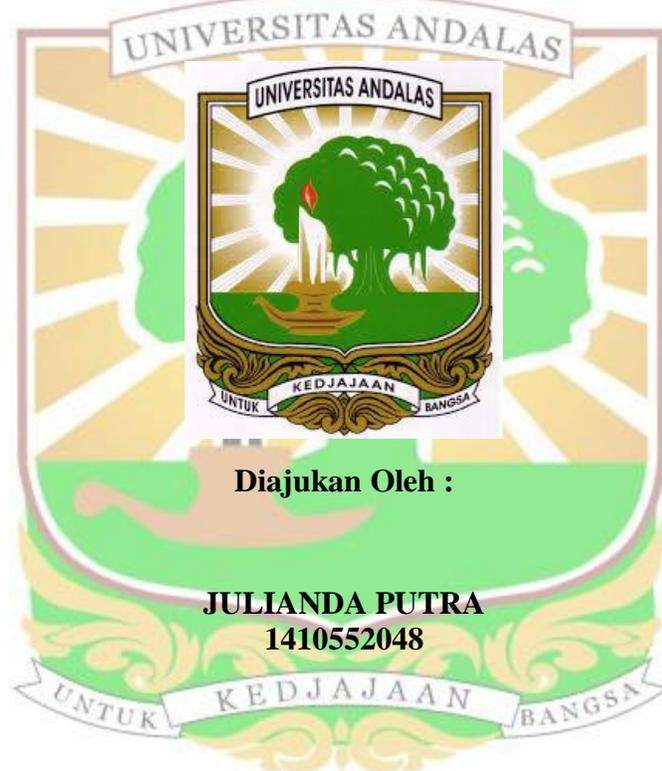


***PENGARUH SERVICE QUALITY DAN TRUST TERHADAP  
REPURCHASE INTENTIONS PADA PERUSAHAAN  
TRANSPORTASI PT. AYAH PAYAKUMBUH***

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada  
Program Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas  
Kampus II Payakumbuh**



**Diajukan Oleh :**

**JULIANDA PUTRA  
1410552048**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS  
KAMPUS II PAYAKUMBUH  
2018**

	No. Alumni Universitas:	Julianda Putra	No. Alumni Universitas:
	a) Tempat/Tgl.Lahir: Bukit Apit/15 Juli 1995 b) Nama Orang Tua: Samudra Imam dan Yus c) Fakultas: Ekonomi Kampus II Payakumbuh d) Jurusan: Manajemen e) No. BP: 1410552048 f) Tanggal Lulus: 24 Juli 2018 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: 3,37 i) Lama Studi: 3 tahun 11 bulan j) Alamat Orang Tua: Bukit Apit kenagarian Sungai Talang kecamatan Guguk Kabupaten Lima Puluh Kota.		

**Pengaruh *Service Quality* dan *Trust* terhadap *Repurchase Intentions* pada perusahaan transportasi PT. Ayah Payakumbuh**

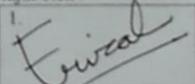
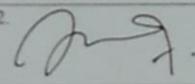
*Skripsi oleh: Julianda Putra*  
*Pembimbing: Erizal N, SE., MM*

**Abstrak**

Salah satu transportasi yang masih diminati masyarakat saat ini adalah transportasi umum, terbukti dengan bermunculannya perusahaan-perusahaan transportasi umum yang bersaing dalam mencari konsumen. Untuk itu dibutuhkan strategi yang tepat untuk bersaing, salah satunya meningkatkan *Service Quality*, *Trust*, *Customer Satisfaction*, *Brand Image* serta *Word of Mouth* yang positif untuk meningkatkan niat pembelian kembali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* dan *Trust* terhadap *Repurchase Intentions* melalui *Customer Satisfaction* dan *Brand Image* yang di moderasi oleh *Word of Mouth* (WOM) pada perusahaan transportasi PT. Ayah Payakumbuh. Teknik Pengambilan sampel, *Sampling Insidental* dengan ukuran sampel berjumlah 120 responden yang telah berulang kali menggunakan jasa transportasi PT. Ayah Payakumbuh. Pengolahan data menggunakan SEM dengan program *SmartPLS version 2.0* dan *IBM SPSS Statistics Version 20*. Hasil dari penelitian menemukan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan pada *Trust*, *Customer Satisfaction*, dan *Brand image* terhadap *Repurchase Intentions*, serta *Customer Satisfaction* dan *Brand Image* sebagai variabel mediasi antara *Service Quality* dan *Trust* terhadap *Repurchase intentions*. *Service Quality* berpengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap *Repurchase Intentions*. *Word of Mouth* berpengaruh signifikan dan negatif serta tidak signifikan dan positif antara *Service Quality* dan *Trust* terhadap *Repurchase Intentions* melalui *Customer Satisfaction*. *Word of Mouth* berpengaruh tidak signifikan dan negatif antara *Service Quality* dan *Trust* terhadap *Repurchase Intentions* melalui *brand Image*.

**Kata kunci:** *Service Quality*, *Trust*, *Customer Satisfaction*, *Brand Image*, *Repurchase Intentions*, *Word of Mouth* (WOM), SEM (*Structural Equation Models*) PLS.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 24 Juli 2018.  
Abstrak telah disetujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3.
Nama Terang	Erizal N, SE., MM	Ranny Fitriana Faisal, BPM, MHRM	DR. Susiana, SE., MSi

Mengetahui  
Koordinator

FEUA II Payakumbuh : Lukman, SE., MSi  
NIP. 196411231993031003

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan mendapat nomor alumnus

Petugas Fakultas/Universitas Andalas	
No. Alumni Fakultas	Nama: Tanda Tangan:
No. Alumni Universitas	Nama: Tanda Tangan: