

TESIS

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PRICE FAIRNESS* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
(Studi pada Pelanggan *Service Handphone Kayfa* di
Amuntai)**



Oleh:

MUSHTHAFA HABIBURRAHMAN

NIM. 1920318310014

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS LAMBUNG
MANGKURATBANJARMASIN
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tesis : **PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PRICE FAIRNESS*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* (Studi pada
Pelanggan *Service Handphone* Kayfa di Amuntai)**

Nama : **Mushthafa Habiburrahman**

NIM : **1920318310014**

Pembimbing,



Dr. Tinik Sugianti, S. Pd, M.M
NIP 19750807 200604 2 002

Mengetahui,
Ketua Program Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat,



Dr. Meiske Claudia, SE, MM
NIP 19721010 200312 2 002

Tanggal Lulus: Selasa, 13 Mei 2025

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PRICE FAIRNESS* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION
(Studi pada Pelanggan *Service Handphone* Kayfa di Amuntai)**

TESIS

Oleh
MUSHTHAFA HABIBURRAHMAN
NIM. 1920318310014

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tesis dan dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen (M.M.) pada tanggal: 19 Desember 2023

Pembimbing,



Dr. Tinik Sugiati, S. Pd, M.M
NIP 19750807 200604 2 002

Mengetahui,
Ketua Program Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat,



Dr. Zakhyadi Arifi, M. Si
NIP 19721010 200312 2 002

PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Publikasi Ilmiah Ini Telah Diperiksa dan Disetujui

Untuk Dipublikasikan Pada Jurnal Ilmiah

Selasa, 13 Mei 2025

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Tinik Sugiati', written over a horizontal line.

Dr. Tinik Sugiati, S. Pd, M.M
NIP 19750807 200604 2 002

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah **TESIS** saya yang berjudul:

PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PRICE FAIRNESS* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* (Studi pada Pelanggan *Service Handphone* Kayfa di Amuntai)

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini yang disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah **TESIS** ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, saya bersedia **TESIS** ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (**M.M.**) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundangundangan yang berlaku (**UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70**).

Banjarmasin, 13 Mei 2025

Yang membuat pernyataan



Muhammad Habiburrahman
NIM. 1920318310014

ABSTRACT

Mushthafa Habiburrahman. The Effect of Service Quality and Price Fairness on Repurchase Intention (A Study on Kayfa Mobile Phone Service in Amuntai). Thesis, Faculty of Economics and Business, Lambung Mangkurat University Banjarmasin. Tinik Sugiati (Supervisor)

This research is driven by the high demand for mobile phone repair services and the importance of service quality and price fairness in influencing customer behavior toward repurchase intention. This issue has become more relevant given the increasing competition in the mobile phone repair service industry, which requires service providers to maintain high service quality and offer fair prices. The aim of this study is to analyze the effect of service quality and price fairness on repurchase intention.

The research method used is a quantitative approach, with a sample of 97 customers of Kayfa who have used the service more than once. The analytical technique employed is multiple linear regression to examine the relationship between these variables. The results show that both service quality and price fairness have a significant effect on repurchase intention. These findings indicate that improving service quality and implementing fair pricing policies can enhance customer loyalty.

Keywords: Service Quality, Price Fairness, Repurchase Intention

ABSTRAK

Mushthafa Habiburrahman. Pengaruh *Service Quality* dan *Price Fairness* Terhadap *Repurchase Intention* (Studi Pada *Service Handphone* Kayfa di Amuntai). Tesis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. Tinik Sugiati (Pembimbing).

Penelitian ini didorong oleh tingginya kebutuhan masyarakat akan jasa *service handphone*, serta pentingnya faktor kualitas layanan dan kewajaran harga dalam memengaruhi perilaku pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Fenomena ini menjadi semakin relevan mengingat persaingan yang semakin ketat dalam industri layanan perbaikan *handphone*, yang mengharuskan penyedia layanan untuk menjaga kualitas dan menawarkan harga yang adil. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service quality* dan *price fairness* terhadap *repurchase intention*.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan sampel yang terdiri dari 97 responden pelanggan Kayfa yang telah menggunakan layanan tersebut lebih dari satu kali. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality* dan *price fairness* memiliki pengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas layanan dan kebijakan harga yang lebih adil dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *Service Quality, Price Fairness, Repurchase Intention*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt., karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyusun dan menyelesaikan tesis ini dengan baik. Tesis ini berjudul **“Pengaruh *Service Quality* dan *Price Fairness* Terhadap *Repurchase Intention* (Studi Pada *Service Handphone Kayfa di Amuntai*).”**

Latar belakang dibuatnya tesis ini adalah keingintahuan penulis untuk mengkaji bagaimana kualitas layanan dan keadilan harga dapat memengaruhi niat beli ulang pelanggan pada layanan perbaikan *handphone*.

Tesis ini disusun sebagai salah satu tugas akhir untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Magister Manajemen (MM). Penulis menyadari bahwa penyusunan dan penyelesaian tesis ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, selama proses penyusunan tesis ini. Secara khusus, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada Ibu **Dr. Tinik Sugiati, S.Pd, M.M** selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi kepada penulis sejak awal hingga tesis ini selesai.

Penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen.

Banjarmasin, 13 Mei 2025

Yang membuat pernyataan

Mushthafa Habiburrahman
NIM. 1920318310014

DAFTAR ISI

TESIS

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
<i>ABSTRACT</i> v	
ABSTRAK vi	
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I: PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang	1
1.2	Rumusan Masalah	10
1.3	Tujuan Penelitian	11
1.4	Manfaat Penelitian	11

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Landasan Teori.....	13
2.2	Penelitian Terdahulu	23
2.3	Hubungan Antar Variabel	29

BAB III: KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN

3.1	Kerangka Konseptual	31
3.2	Hipotesis Penelitian.....	32

BAB IV: METODE PENELITIAN

4.1	Jenis dan Tempat Penelitian.....	34
4.2	Unit Analisis.....	35
4.3	Populasi dan Ukuran Sampel	35

4.4	Metode Pengambilan Sampel.....	36
4.5	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	37
4.6	Pengukuran Variabel.....	41
4.7	Metode Pengumpulan Data	42
4.8	Uji Validitas dan Reliabilitas	42
4.9	Metode Analisis Data	44

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1	Gambaran Umum Toko Kayfa Amuntai.....	48
5.2	Hasil Penelitian	52
5.3	Pembahasan.....	67
5.4	Implikasi.....	71
5.5	Keterbatasan Penelitian	74

BAB VI: PENUTUP

6.1	Kesimpulan	75
6.2	Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA	77
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN 82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan <i>Service Handphone</i>	4
Tabel 4.1	Definisi Operasional	39
Tabel 5.1	Karakteristik Responden	52
Tabel 5.2	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	54
Tabel 5.3	Uji Validitas <i>Service Quality (X1)</i>	58
Tabel 5.4	Uji Validitas <i>Fair Fairness (X2)</i>	59
Tabel 5.5	Uji Validitas <i>Repurchase Intention (Y)</i>	59
Tabel 5.6	Uji Validitas Reliabilitas	60
Tabel 5.7	Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel 5.8	Hasil Uji <i>Outlier</i>	62
Tabel 5.9	Hasil Uji Multikolonieritas	63
Tabel 5.10	Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 5.11	Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
Tabel 5.12	Kekuatan Hubungan Koefisien	66
Tabel 5.13	Uji Hipotesis.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pengguna Smartphone.....	2
Gambar 1.2	Harga <i>Service Handphone</i>	8
Gambar 3.1	Kerangka Konseptual	32
Gambar 5.1	Struktur Organisasi.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian	83
Lampiran 2.	Karakteristik Responden	89
Lampiran 3.	Tabulasi Kuesioner.....	94
Lampiran 4.	Output SPSS.....	107
Lampiran 5.	Hasil Uji <i>Outlier</i>	138