

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2021

Nevandi Andreansyah
120.2017.185

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Green Product* Terhadap Pembelian Kembali Jasa (Transjakarta) Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Faktor Mediasi Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen 17 Universitas Yarsi Pengguna Transjakarta)

99 halaman + xv halaman + 16 tabel + 2 gambar dan 3 lampiran

Uraian Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Green Product* terhadap Pembelian Kembali Jasa (Transjakarta) Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam. Populasi dalam penelitian adalah Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas YARSI Angkatan 2017. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Simple Random Sampling*. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 75 orang mahasiswa/i. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan instrument kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis *Partial Least Square Structural Equation Modelling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Kembali Jasa Transjakarta (P-value <0,001) (2) *Green Product* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Pembelian Kembali Jasa Transjakarta (P-value <0,013) (3) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (P-value <0,001) (4) *Green Product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (P-value <0,003) (5) Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Kembali Jasa Transjakarta (P-value 0,001>) (6) Kepuasan Pelanggan dapat memediasi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Pembelian Kembali (P-value<0,001) (7) Kepuasan Pelanggan tidak memediasi pengaruh *Green Product* terhadap Pembelian Kembali Jasa Transjakarta (P-value<0,142).

Dalam pandangan Islam, Transjakarta sudah menjalankannya dengan melalui peraturan sudah sesuai ajaran Islam, yaitu meningkatkan Pelayanan yang berkualitas dan sopan, tidak merugikan lingkungan dan membuat kenyamanan pengguna Transjakarta, dalam hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik dan jujur sangat dianjurkan oleh Allah, dan menjaga lingkungan adalah kewajiban sebagai tanda rasa syukur kita kepada Allah sehingga Transjakarta menjadi transportasi yang berkah bagi semua yang menggunakannya.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Green Product, Pembelian Kembali Jasa, Kepuasan Pelanggan, PLS*

ABSTRACT

*Faculty Of Economy And Bussiness
Study Program S-1 Management
2021*

**Nevandi Andreansyah
120.2017.185**

The Influence of Service Quality and Green Products on Service Purchases (Transjakarta) with Costumer Satisfaction as a Mediating Factor and Its Review from an Islamic Point of View (Study on Students of the Faculty of Economics and Business Majoring in Management at Yarsi University Class of 2017 Users of Transjakarta)
99 pages + xv pages + 16 tables + 2 pictures and 3 attachments

Abstract Description

This study aims to determine the effect of service quality and green products on service repurchase (Transjakarta) from an Islamic perspective. The population in the study were students of the Faculty of Economics and Business, Department of Management, YARSI University Class of 2017. The sampling technique used was Simple Random Sampling. The number of respondents in this study were 75 students. Data were collected using a survey method with a questionnaire instrument. The data analysis method used is Partial Least Square Structural Equation Modeling analysis..

The results showed that: (1) Service Quality had a positive and significant effect on Buyback of Transjakarta Services (P-value <0.001) (2) Green Product had a negatife and significant effect on Buyback of Transjakarta Services (P-value < 0.013) (3) Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction (P-value <0.001) (4) Green Product has a positive and significant effect on Customer Satisfaction (P-value <0.003) (5) Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Buyback Services Transjakarta (P-value 0.001>) (6) Customer Satisfaction can mediate the effect of Service Quality on Buyback (P-value<0.001) (7) Customer Satisfaction does not mediate the effect of Green Product on Buyback Services Transjakarta (P-value<0.142).

In the Islamic view, Transjakarta has implemented it by making regulations that are in accordance with Islamic teachings, namely improving quality and courteous services, not harming the environment and making Transjakarta users comfortable, in this case showing that good and honest service is highly recommended by Allah, and protecting the environment. is an obligation as a sign of our gratitude to Allah so that Transjakarta becomes a blessed transportation for all who use it.

Keywords : *Kualitas Pelayanan, Green Product, Pembelian Kembali Jasa, Kepuasan Pelanggan, PLS*