

SKRIPSI
PENGARUH *TRUST*, *SERVICE CONVENIENCE* TERHADAP
BEHAVIOURAL INTENTION* DENGAN *CUSTOMER
***SATISFACTION* SEBAGAI MEDIASI PADA PENGGUNA OVO**
DI JAKARTA



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : RONALD EFENDI

NPM : 115150047

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

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

2020

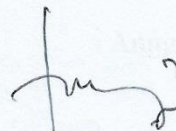
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : RONALD EFENDI
NPM : 115150047
PROGRAM/JURUSAN : S1/MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *TRUST*, *SERVICE CONVENIENCE*
TERHADAP *BEHAVIOURAL INTENTION*
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION*
SEBAGAI MEDIASI PADA PENGGUNA OVO DI
JAKARTA

Jakarta, Januari 2020

Pembimbing,



(Hetty Karunia Tunjungsari S.E., M.Si, Dr.)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ronald Efendi
NIM : 115150007
Program Studi : SI Manajemen

Judul Skripsi

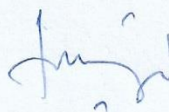
Pengaruh Trust, Service Convenience terhadap behavioural intention..
dengan Customer Satisfaction Sebagai mediasi Pada Pengguna oVo
di Jakarta

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 31 Januari 2020 dan dinyatakan
lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Yusi Yudianto S.E., M.E.
2. Anggota : Hetty Karunia Tunjung Sari S.E., M.Si, Dr.
Yus bardi ni Dra., M.E.

Jakarta, 7 febrvari 2020

Pembimbing



(.....)

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JAKARTA

(A) RONALD EFENDI (115150047)

(B) PENGARUH *TRUST*, *SERVICE CONVENIENCE* TERHADAP
BEHAVIOURAL INTENTION DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION*
SEBAGAI MEDIASI PADA PENGGUNA OVO DI JAKARTA

(C) XVI + 85 hal, 2020, tabel 27, gambar 10, lampiran 4

(D) MANAJEMEN PEMASARAN

(E) **Abstract** : Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menginvestigasi hubungan antara pengaruh kepercayaan, kenyamanan layanan terhadap Niat Berperilaku dengan kenyamanan layanan sebagai mediasi pada pengguna OVO di Jakarta. Kuesioner online dibagikan kepada 207 responden dan data dianalisis menggunakan SMART-PLS versi 3.2.8. hasil dari penelitian ini menemukan bahwa kepercayaan, kenyamanan layanan memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan memiliki hubungan yang positif dengan niat berperilaku kemudian kepercayaan, kenyamanan layanan memiliki hubungan yang positif dengan niat berperilaku dengan kepuasan pelanggan sebagai mediasi tetapi kenyamanan layanan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap niat berperilaku

(F) Kata Kunci: kepercayaan, kenyamanan layanan, kepuasan pelanggan, niat berperilaku

(G) Daftar Pustaka 44 (1981-2018)

(H) Hetty Karunia Tunjungsari S.E., M.Si, Dr.