

**PENGARUH KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN PENGALAMAN PELANGGAN
TERHADAP NIAT BELI ULANG DI SHOPEE**



Disusun Oleh:

Victoria Alisca Vega Margareth

170323678

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

YOGYAKARTA

2021

**PENGARUH KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN PENGALAMAN PELANGGAN
TERHADAP NIAT BELI ULANG DI SHOPEE**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Victoria Alisca Vega Margareth

NPM: 170323678

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

YOGYAKARTA

JULI 2021

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN PENGALAMAN PELANGGAN
TERHADAP NIAT BELI ULANG DI SHOPEE**



Disusun Oleh:

Victoria Alisca Vega Margareth

NPM: 170323678

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Handoyo", is positioned below the "Pembimbing" label. The signature is fluid and cursive.

Dr. Drs. C Handoyo Wibisono, M.M.

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP NIAT BELI ULANG DI SHOPEE

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 13 Juli 2021

Yang menyatakan



Victoria Alisca Vega Margareth



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 883/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 6 Agustus 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

1. Dr. C. Handoyo Wibisono, MM., CSA. (Ketua Penguji)
2. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. (Anggota)
3. Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI. (Anggota)

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Victoria Alisca Vega Margareth
NPM : 170323678

Dinyatakan
Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Victoria Alisca Vega Margareth telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



Dr. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.
FISNIS DAN EKONOMIKA

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa dan segala ciptaan-Nya. Saya dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang di Shopee sebagai objek penelitian. Penulisan penelitian ini dilakukan sebagai pemenuhan salah satu prasyarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam proses menulis tugas akhir ini, tidak terlepas dari pihak-pihak yang memberi dukungan, semangat dan pencerahan. Maka dari itu saya ingin menyampaikan rasa terima kasih saya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia yang diberikan kepada penulis sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Mama, Papa, Kevin dan Catherine yang telah memberi *support* dan motivasi selama proses menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak Dr. Drs. C Handoyo Wibisono, M.M. yang telah memberikan dukungan dan semangat serta meluangkan waktunya untuk membimbing penulis selama proses menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Ucca, Oktha dan Theo yang merupakan teman seperjuangan yang bersedia menemani, memberi dukungan dan mendengarkan keluh kesah penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Aldo selaku pacar yang selalu mendukung mulai darisat proses pengerjaan skripsi dimulai sampai selesai.
6. Sepupu-sepupu (Mbak Devi, Mbak Sandra, Santy) yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Demikian kata pengantar yang dapat penulis sampaikan. Semoga dengan adanya skripsi dapat berguna bagi pembaca, pelaku bisnis, serta teman-teman mahasiswa. Apabila terdapat kekurangan dalam skripsi ini, maka diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Terima kasih sekali lagi bagi seluruh pihak yang terlibat. Tuhan memberkati.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	iv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Batasan Masalah.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Kepuasan.....	6
2.1.2 Kepercayaan.....	6
2.1.3 Pengalaman Pelanggan	7
2.1.4 Niat Beli Ulang	8
2.2 Penelitian Terdahulu	8
2.3 Pengembangan Hipotesis	12
2.3.1 Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang	12

2.3.2	Pengaruh Kepuasan terhadap Niat Beli Ulang.....	12
2.3.3	Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Beli Ulang	12
2.4	Kerangka Penelitian	13
BAB III		14
METODE PENELITIAN.....		14
3.1	Desain Penelitian.....	14
3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	14
3.3	Sampel Penelitian.....	15
3.4	Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Variabel	16
3.5	Metode Pengujian Instrumen	17
3.5.1	Uji Validitas.....	17
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	19
3.6	Metode Analisis Data.....	20
3.6.1	SEM – PLS	20
BAB IV		22
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		22
4.1	Analisis Statistik Deskriptif Responden.....	22
4.1.1	Karakteristik responden berdasarkan usia	22
4.1.2	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	23
4.1.3	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	24
4.1.4	Karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan.....	26
4.2	Partial Least Square (PLS)	27
4.3	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	28
4.3.1	Uji Convergent Validity.....	28
4.3.2	Uji Discriminant Validity	30

4.3.3	Uji Composite Reliability	31
4.4	Evaluasi Model Pengukuran (Inner Model)	32
4.4.1	Uji R-Square	32
4.5	Pengujian Hipotesis.....	33
4.6	Pembahasan Hipotesis.....	34
4.6.1	Kepuasan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang.....	34
4.6.2	Kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang.....	35
4.6.3	Pengalaman pelanggan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang.....	35
BAB V	37
5.1	Kesimpulan.....	37
5.2	Implikasi Manajerial	37
5.3	Saran dan Keterbatasan Penelitian.....	38
DAFTAR PUSTAKA	39

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Variabel.....	16
Tabel 3. 2 Average Variance Extracted (AVE)	17
Tabel 3. 3 Cross Loadings	18
Tabel 3. 4 The Fornell Larcker-Criterion.....	19
Tabel 3. 5 Hasil Uji Composite Reliability.....	19
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan usia	22
Tabel 4. 2 One Way Anova Test berdasarkan usia	23
Tabel 4. 3 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin.....	23
Tabel 4. 4 Independent Sample Test berdasarkan jenis kelamin	24
Tabel 4. 5 Karakteristik berdasarkan pekerjaan.....	24
Tabel 4. 6 One Way Anova Test berdasarkan pekerjaan	25
Tabel 4. 7 Karakteristik berdasarkan pendapatan per bulan	26
Tabel 4. 8 One Way Anova Test berdasarkan pendapatan per bulan	26
Tabel 4. 9 Outer Loadings	29
Tabel 4. 10 Average Variance Extracted (AVE)	29
Tabel 4. 11 Cross Loadings	30
Tabel 4. 12 The Fornell Larcker-Criterion	31
Tabel 4. 13 Hasil Uji Composite Reliability.....	31
Tabel 4. 14 Hasil R-Square	32
Tabel 4. 15 Path Coefficient	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	13
Gambar 4. 1 Model Stuktural.....	27
Gambar 4. 2 Outer Model	28
Gambar 4. 3 Inner Model.....	32



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I Kuesioner.....	44
LAMPIRAN II Profil Responden dan Jawaban Pertanyaan.....	48
LAMPIRAN III Data Set Penelitian.....	51
LAMPIRAN IV Hasil Analisis Uji Beda.....	67
LAMPIRAN V Hasil Partial Least Square.....	77



PENGARUH KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP NIAT BELI ULANG DI SHOPEE

Disusun Oleh:

Victoria Alisca Vega Margareth

170323678

Pembimbing

Dr. Drs. C Handoyo Wibisono, M.M.

ABSTRAK

Gaya hidup masyarakat dari tahun ke tahun semakin praktis dan instan yang disebabkan oleh banyaknya kebutuhan masyarakat dalam kegiatan sehari-harinya. Hal tersebut mengakibatkan masyarakat mencari sesuatu yang praktis dan instan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Contohnya lewat penggunaan *e-commerce* di mana *e-commerce* sendiri adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik yang ada seperti internet, televisi, dan jaringan komputer lainnya yang sekarang menjadi kebutuhan utama bagi masyarakat dan juga perusahaan untuk memudahkan masyarakat dan perusahaan dalam membeli barang dan memasarkan produk. Dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah Shopee dan subjek yang diteliti adalah konsumen yang mengetahui dan menggunakan aplikasi Shopee. Sampel yang digunakan adalah 150 responden. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dan *survey* dalam penyebaran kuesioner lewat google form. Data diolah menggunakan alat IBM SPSS Statistik 25 dan Smart PLS 3.3.3. dengan metode statistik. Hasil dalam penelitian ini adalah kepuasan, kepercayaan dan pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang di Shopee.

Kata kunci: Kepuasan, kepercayaan, pengalaman pelanggan, niat beli ulang