



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
(Studi Kasus Pengguna Shopee di Kota Tangerang)**

SKRIPSI

RAFLI ADITYA RISALDI 1910111140

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2022



PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
(Studi Kasus Pengguna Shopee di Kota Tangerang)

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**

RAFLI ADITYA RISALDI 1910111140

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Rafli Aditya Risaldi

NIM : 1910111140

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 7 Desember 2022

Yang menyatakan,

A 10000 Indonesian postage stamp (Meterai Tempel) with a handwritten signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METERAI TEMPEL', and the serial number '03762AKX096492595'.

(Rafli Aditya Risaldi)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rafli Aditya Risaldi
NIM : 1910111140
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Prodi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas Skripsi saya yang berjudul :

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION***
(Studi Kasus pada Pengguna Shopee di Tangerang)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 7 Desember 2022

Yang menyatakan,


(Rafli Aditya Risaldi)


SKRIPSI


**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
(Studi Kasus Pengguna Shopee Di Kota Tangerang)**

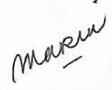
Dipersiapkan dan disusun oleh :


Rafli Aditya Risaldi 1910111140


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 28 Desember 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima


Dienni Ruhjatini Sholihah, SE, MM
Ketua Penguji


Yuliniar, S.E., M.M
Penguji I


Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.s., MBA, CMW
Penguji II (Pembimbing)


Dr. Dianwicakasih Ariofitara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis


Siti Hidayati, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 28 Desember 2022

**EFFECT OF E-SERVICE QUALITY AND CUSTOMER EXPERIENCE
ON REPURCHASE INTENTION**

(Case Study of Shopee Users in Tangerang City)

By: Rafli Aditya Risaldi

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of e-service quality and customer experience on repurchase intention of Shopee users in the Tangerang city area. This research is a quantitative research with the type of data used is primary data with a total sample of 100 determined using the Lemeshow formula, the criteria are determined by purposive sampling. Data was collected by questionnaire using Google form. The analysis technique in this study is descriptive analysis and inferential analysis, using the SmartPLS 3.0 test tool with a significance level of 0.05 (5%). The results of the test prove that (1) there is no significant effect of e-service quality on repurchase intention (2) there is a significant effect of customer experience on repurchase intention.

Keywords: E-Service Quality, Customer Experience, Repurchase Intention

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
(Studi Kasus Pengguna Shopee di Kota Tangerang)**

Oleh Rafli Aditya Risaldi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *e-service quality* dan *customer experience* terhadap *repurchase intention* pada pengguna Shopee di wilayah kota Tangerang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis data yang digunakan adalah data primer dengan jumlah sampel sebanyak 100 ditentukan menggunakan rumus Lemeshow yang kriterianya ditentukan dengan purposive sampling. Data dikumpulkan dengan kuesioner menggunakan *Google form*. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial, menggunakan alat uji SmartPLS 3.0 dengan tingkat signifikansi 0,05 (5%). Hasil dari pengujian membuktikan bahwa (1) tidak terdapat pengaruh signifikan *e-service quality* terhadap *repurchase intention* (2) terdapat pengaruh signifikan *customer experience* terhadap *repurchase intention*.

Kata Kunci: *E-Service Quality, Customer Experience, Repurchase Intention*



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023**

Hari ini Rabu , tanggal 28 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Rafli Aditya Risaldi

No.Pokok Mahasiswa : 1910111140

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus Pengguna Shopee di Kota Tangerang)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.	Ketua	1.
2	Yuliniar, SE, MM	Anggota I	2.
3	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM	Anggota II (**)	3.

Keterangan
*) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 28 Desember 2022
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprod. Manajemen S.1

Shi Hidayati, M.M.
Shi Hidayati, M.M.

PRAKATA

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul **“Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Customer Experience* Terhadap *Repurchase Intention* (Studi Kasus Pengguna Shopee Di Tangerang)**. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Dalam penyelesaian skripsi ini peneliti banyak mendapat bantuan secara moril maupun materil sehingga pada kesempatan ini mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak memberi bantuan kepada penulis. Terima Kasih peneliti sampaikan kepada:

1. Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S.,MBA.,CWM selaku dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan kepada penulis di dalam skripsi ini.
2. Ibu Lina Aryani, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang juga telah memberikan banyak bantuan dan arahan sejak awal perkuliahan.
3. Vanessa Alya Adhilah Sari selaku pendamping yang selalu senantiasa membantu peneliti dalam kesulitan yang dihadapi ketika membuat skripsi ini.
4. Keluarga: Amirul Muksinin dan Sri Mulyani yang menjadi salah satu motivasi peneliti dalam menyelesaikan pendidikan di S1 Manajemen UPN Veteran Jakarta.
5. Teman-teman grup Sahabat Otan: Akhsanul Kholiqin, Raihan Fito Ananta, Raihan Hilmi, Hero Fariqo, Fauzan Akhyar, Bimo Hadisaputro dan, Yudi Iskandar yang selalu berbagi suka dan duka dalam penyelesaian skripsi.

Akhir kata peneliti mengucapkan maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat ketidak sempurnaan dalam penulisan proposal skripsi ini. Peneliti berharap agar proposal penelitian memiliki manfaat bagi berbagai pihak.

DAFTAR ISI

ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	6
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Manfaat Hasil Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
II.1 Landasan Teori	8
III.1.1 Pemasaran	8
II.1.2 Perilaku Konsumen	9
II.1.3 Repurchase Intention	9
II.1.4 E-Service Quality	12
II.1.5 Customer Experience	15
II.2 Penelitian Terdahulu	16
II.3 Model Penelitian	21
II.3.1 Pengaruh E-service Quality terhadap Repurchase Intention	21
II.3.2 Pengaruh Customer Experience terhadap Repurchase Intention	22
II.4 Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	23

III.1	Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel	23
III.1.1	Definisi Oprasional	23
III.1.2	Pengukurn Variabel.....	23
III.2	Penentuan Populasi dan Sampel	24
III.2.1	Populasi.....	24
III.2.2	Sampel.....	25
III.3	Teknik Pengumpulan Data.....	26
III.3.1	Jenis Data	26
III.3.2	Sumber Data	27
III.3.3	Pengumpulan Data.....	27
III.4	Teknik Analisis Data	28
III.4.1	Teknik Analisis Data Deskriptif.....	28
III.4.2	Teknik Analisis Inferensial.....	30
III.4.3	Uji Validitas dan Uji Reabilitas	35
III.4.4	Uji Hipotesis	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		39
IV. 1	Deskripsi Objek Penelitian	39
IV.1.1	Profil Shopee	39
IV.2	Deskripsi Data Penelitian.....	40
IV.2.1	Deskripsi data Responden.....	40
IV.2.2	Analisis Deskriptif.....	42
IV.3	Uji Hipotesis dan Analisis	46
IV.3.1	Model Pengukuran (Outer Model)	46
IV.3.2	Mode; Struktural (<i>Inner Model</i>).....	50
IV.3.3	Uji Hipotesis.....	52
IV.4	Pembahasan.....	53

IV.4.1 Pengaruh <i>e-service Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	54
IV.4.2 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	55
IV. 5 Keterbatasan Penelitian.....	56
BAB V.....	57
SIMPULAN DAN SARAN	57
V.1 Simpulan	57
V.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	59
RIWAYAT HIDUP.....	64
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Table 1. Matriks Penelitian Terdahulu.....	19
Table 2. Pengukuran Variabel.....	24
Table 3. Skala Likert.....	27
Table 4. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	27
Table 5. Interpretasi Nilai Indeks Responden.....	29
Table 6. Tingkat Reabilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	36
Table 7. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	40
Table 8. Jenis Pendidikan.....	41
Table 9. Karakteristik Responden Menurut Usia.....	41
Table 10. Karakteristik Responden Menurut Pendapatan.....	42
Table 11. Hasil Jawaban Responden Terhadap Repurchase Intention.....	43
Table 12. Hasil Jawaban Responden Terhadap EISERVICE QUALITY.....	44
Table 13. Hasil Jawaban Responden Terhadap Customer Experience.....	45
Table 14. Outer Loading Factor Hasil Output SmartPLS.....	47
Table 15. Average Variance Extraced (AVE).....	48
Table 16. Cross Loading.....	48
Table 17. Composite Reliability.....	49
Table 18. Cronbach's Alpha.....	50
Table 19. R-Square.....	51
Table 20. Q-Square.....	52
Table 21. Uji Bootstrapping.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tingkat Penggunaan Internet di Indonesia.....	2
Gambar 2. Peta Persaingan e-commerce di Indonesia.....	3
Gambar 3. Keluhan netizen tentang layanan Shopee.....	5
Gambar 4. Model Penelitian	21
Gambar 5. Langkah-Langkah PLS.....	31
Gambar 6. Inner Model	32
Gambar 7. Outer Model	33
Gambar 8. Kerangka Model Penelitian.....	34
Gambar 9. Logo Shopee.....	39
Gambar 10. Outer Model	46
Gambar 11. Hasil Pengujian Inner Model.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Kuesioner
- Lampiran 3. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 4. Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 5. Hasil Output Outer Model PLS
- Lampiran 6. Hasil Output Inner Model PLS
- Lampiran 7. Hasil Output Model PLS
- Lampiran 8. T-Tabel
- Lampiran 9. Hasil Turnitin