



**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN PADA *ONLINE SHOPPING* DI INSTAGRAM
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Oleh :

Maulana Akhsan

2015 11 137

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2020



**EFFECT OF EASY USE, PRICE, AND QUALITY OF SERVICE TO RE-BUYING INTERESTS THROUGH CUSTOMER SATISFACTION
ONLINE SHOPPING IN INSTAGRAMS (CASE STUDY ON STUDENT
PROGRAM MANAGEMENT FACULTY OF ECONOMIC AND
BUSINESS MURIA KUDUS UNIVERSITY)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat

untuk menyelesaikan jenjang pendidikan

Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muria Kudus

Oleh :

Maulana Akhsan

2015 11 137

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2020

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN PADA *ONLINE SHOPPING* DI INSTAGRAM
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dina Lusianti, SE., MM., AAK
NIDN. 0630098401

Dosen Pembimbing I

Drs. H. M. Masruri, MM
NIDN. 0601085601

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dosen Pembimbing II



Dr. H. Muhammad Edris, Drs, MM
NIDN. 0618066201

Nurul Rizka Arumsari, SE, MM
NIDN. 06280480702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

1. Lebih baik menjadi orang benar, meski tidak pintar. Sebab membuat orang pintar menjadi benar membutuhkan kejernihan hati dan keluasan jiwa (KH. Maimun Zubair).
2. Dan segala nikmat yang ada padamu datangnya dari Allah SWT (QS. An-Nahl: 53).

Persembahan :

Dalam menyusun skripsi ini penulis banyak menerima bimbingan dan dukungan dari banyak pihak baik moral maupun materiil, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Pada kesempatan ini dengan ketulusan hati yang paling dalam, penulis mengucapkan terimakasih yang begitu besar kepada:

1. Allah SWT, atas ridho dan kasih sayang-Nya skripsi ini dapat selesai dengan lancar.
2. Dr. Suparnyo, SH., MS selaku rektorat Universitas Muria kudus.
3. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dina Lusianti, SE, MM, Aak, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
5. Dr. H. M Masruri,. MM selaku pembimbing I yang telah memberikan saran, bimbingan serta motivasi kepada saya dengan penuh perhatian dan kesabaran, penulisan skripsi ini berjalan dengan baik dan benar.
6. Dr. Supriyono, SE, MM selaku pembimbing I yang telah memberikan saran, bimbingan serta motivasi kepada saya dengan penuh perhatian dan kesabaran, penulisan skripsi ini berjalan dengan baik dan benar.
7. Ibu dan Bapak penulis, yang selalu mendoakan, memotivasi dan menjadi penyemangat untuk menyelesaikan skripsi dengan cepat dan tepat pada waktunya.
8. Teman dekat Dewi Rizkah.
9. Sahabat Squad Shinigami Mas Ovin, Mas Dani, Mas Yuda, Zaenal, Faishol, Wellga, dan Anwar.
10. Sahabat Keluarga “Family” Fakhmi, Ichan, Risa dan Imron.
11. Dan semua teman kuliah penulis.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Online Shopping Di Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus)**, dengan lancar. Sholawat serta salam yang tidak lupa penulis haturkan kepada Rasullullah Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Manajemen.

Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungannya sehingga terwujudnya skripsi ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Drs. H. Masruri, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah sabar membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Dina Lusianti, SE., MM. AAK selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. Nurul Rizka Arumsari, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan pengarahan, petunjuk dan memotivasi kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen dan seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.

5. Kedua orang tua penulis, Ibuku Siti Zumrotun yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan doa agar lancar dalam menyelesaikan penelitian ini. Dan Bapakku Mudhofar yang selalu sabar dan tidak pernah berhenti mendoakan yang terbaik bagi penulis, terima kasih atas segala doa dan dukungannya kepada penulis.
6. Seseorang terdekatku Dewi Rizkah yang selalu memotivasi, menghibur, membantu, selalu ada di saat penulis membutuhkan dan selalu menjadi penyemangat kepada penulis.
7. Sahabat-sahabat penulis squad shinigami dan Keluarga “Family” yang selalu memberikan semangat, menjadi penghibur, dan menjadi sahabat ngopi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan, oleh sebab itu kritik dan saran yang membangun senantiasa sangat dibutuhkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. Terimakasih.

Penulis

Maulana Akhsan

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN PADA *ONLINE SHOPPING* DI INSTAGRAM
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

MAULANA AKHSAN

2015 11 137

Pembimbing I : Drs.H. M. Masruri, MM

II : Nurul Rizka Arumsari , SE., MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

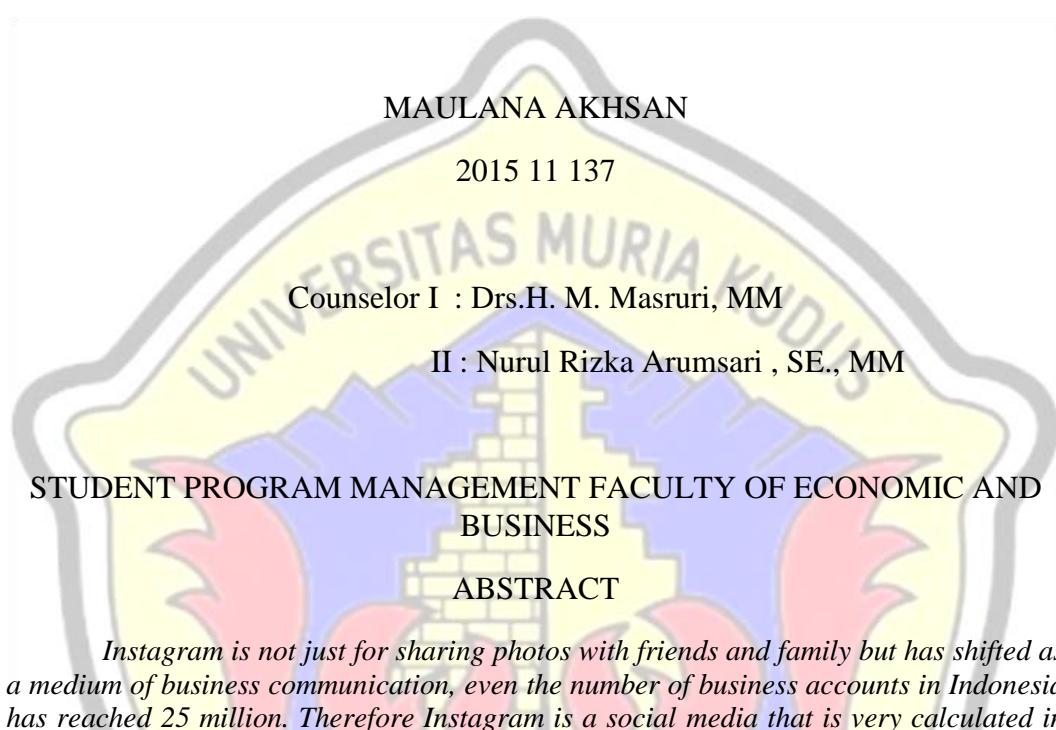
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAK

Instagram tidak hanya untuk berbagi foto untuk teman dan keluarga tetapi sudah telah bergeser sebagai media komunikasi bisnis, bahkan jumlah akun bisnis di Indonesia mencapai 25 juta. Oleh karena itu Instagram merupakan sosial media yang sangat diperhitungkan dalam bisnis. Sehingga peneliti mengambil objek instagram dan studi kasusnya adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada 5 yaitu kemudahan penggunaan, harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan minat beli ulang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis jalur dan uji analisis regresi berganda dua tahap dengan pengujian hipotesis menggunakan uji t (parsial), uji F (simultan) dan uji koefisien determinasi menggunakan program IBM SPSS (Statistical Product and Service Solution). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kemudahan penggunaan, harga dan kualitas pelayanan bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan. Dan variabel kemudahan penggunaan, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang secara simultan.

Kata kunci: Kemudahan penggunaan, harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan minat beli ulang.

**EFFECT OF EASY USE, PRICE, AND QUALITY OF SERVICE TO RE-BUYING INTERESTS THROUGH CUSTOMER SATISFACTION
ONLINE SHOPPING IN INSTAGRAMS (CASE STUDY ON STUDENT PROGRAM MANAGEMENT FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS MURIA KUDUS UNIVERSITY)**



**STUDENT PROGRAM MANAGEMENT FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS
ABSTRACT**

Instagram is not just for sharing photos with friends and family but has shifted as a medium of business communication, even the number of business accounts in Indonesia has reached 25 million. Therefore Instagram is a social media that is very calculated in the business. So that researchers took the object of instagram and case studies were students of the Management Study Program Faculty of Economics and Business, Muria Kudus University. There are 5 variables used in this study, namely ease of use, price, service quality, customer satisfaction and repurchase intention. Data analysis methods used are descriptive analysis, path analysis and two-step regression analysis test with hypothesis testing using t test (partial), F test (simultaneous) and coefficient of determination test using the IBM SPSS program (Statistical Product and Service Solution) Research results shows that the variable ease of use, price and service quality have a significant positive effect partially on customer satisfaction. Variable ease of use, price and service quality together have a significant positive effect on customer satisfaction simultaneously. And the variable ease of use, price, service quality and customer satisfaction have a significant positive effect on simultaneous repurchase interest.

Keywords : *Perceived ease of use, price, service quality, customer satisfaction, repurchase intention.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	10
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Manajemen Pemasaran Jasa	15
2.2 Minat Beli Ulang	17
2.2.1 Indikator Minat Beli Ulang	19
2.3 Kepuasan Pelanggan	20
2.3.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan	23
2.3.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	26

2.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	27
2.4 Kemudahan Penggunaan.....	27
2.4.1.Indikator kemudahan Penggunaan.....	28
2.5 Harga	28
2.5.1 Macam-Macam Penerapan Harga	29
2.5.2 Indikator Harga.....	31
2.6 Kualitas Pelayanan	31
2.6.1 Indikator Kualitas Pelayanan.....	33
2.7 Penelitian Terdahulu.....	34
2.8 Kerangka Teoritis	39
2.9 Hubungan Antar Variabel.....	41
2.9.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan	41
2.9.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	41
2.9.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	41
2.9.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan TerhadapMinat Beli Ulang	42
2.9.5 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan	42
2.9.6 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan	42
2.9.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan	43
2.10 Hipotesis	43
BAB III Metode Penelitian	45
3.1 Rancangan Penelitian	45
3.2 Variabel dan Definisi Operasional	45
3.2.1 Variabel Bebas.....	45
3.2.2 Variabel Terikat.....	46
3.2.3 Definisi operasional Variabel.....	46

3.3 Jenis dan Sumber Data	49
3.4 Populasi dan Sampel	50
3.5 Pengumpulan Data.....	52
3.6 Uji Validitas dan Uji Reabilitas	53
3.6.1 Uji Validitas.....	53
3.6.2 Uji Reabilitas	56
3.7 Pengolahan Data	57
3.8 Analisis Data	59
3.8.1 Analisis Regresi Berganda Dua Tahap dengan SPSS	59
3.8.2 Pengujian Hipotesis	59
3.8.2.1 Uji T	59
3.8.2.2 Uji f	61
3.8.2.3 Koefisien Determinasi.....	63
3.8.2.4 Analisis Jalur	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Sejarah Perusahaan	66
4.2 Visi dan Misi Perusahaan	67
4.3 Penyajian Data	68
4.3.1 Identitas Responden.....	68
4.3.1.1 Jenis Kelamin.....	68
4.3.1.2 Usia.....	69
4.3.1.3 Angkatan Tahun	70
4.3.1.4 Informasi yang didapat melalui	71
4.3.1.5 Frekuensi Berkunjung	71
4.3.2 Deskriptif Variabel Penelitian	72
4.3.2.1 Analisis Deskriptif.....	72
4.3.2.2 Kemudahan Penggunaan (X1).....	72

4.3.2 3 Harga (X2).....	73
4.3.2 4 Kualitas Pelayanan (X3).....	74
4.3.2 5 Kepuasan Pelanggan (Y1).....	76
4.3.2 6 Minat Beli Ulang (Y2).....	77
4.4 Hasil Uji Kelayakan Data	78
4.4.1 Hasil Uji Try Out Validitas	78
4.4.2 Hasil Uji Try Out Reabilitas.....	81
4.5 Uji Hipotesis.....	81
4.5.1 Tahap I.....	82
4.5.1.1 Koefisien regresi Tahap I	82
4.5.1.2 Uji T.....	83
4.5.1 3 Uji F.....	85
4.5.1 4 Koefisien Determinasi.....	86
4.5.1 Tahap II.....	87
4.5.1.1 Koefisien regresi Tahap II	87
4.5.1.2 Uji T	89
4.5.1 3 Uji F	91
4.5.1 4 Koefisien Determinasi.....	92
4.5.1 Tahap III	93
4.6 Pembahasan	96
4.6.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Pelanggn	96
4.6.2 Pengaruh harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	97
4.6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	98
4.6.4 Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggn	99
4.6.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang	100
4.6.6 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beliulang Melalui Kepuasan Pelanggn	101

4.6.7 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggn .	102
4.6.8 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran	106
5.2 Keterbastasan penelitian	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel

3.1 Rekapitulasi Mahasiswa FEB Angkatan 2015-2018.....	51
4.1 Jenis Kelamin Responden.....	69
4.2 Usia Responden	69
4.3 Angkatan Tahun.....	70
4.4 Informasi OlShop Didapat Melalui	71
4.5 Frekuensi berkunjung.....	72
4.6 Variabel Kemudahan Penggunaan	73
4.7 Variabel Harga	74
4.8 Variabel Kualitas Pelayanan	75
4.9 Variabel Kepuasan Pelanggan	76
4.10 Variabel Minat Beli Ulang	77
4.11 Uji Validitas Kemudahan Penggunaan.....	78
4.12 Uji Validitas Harga.....	79
4.13 Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	79
4.14 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	80
4.15 Uji Validitas Minat Beli Ulang	80
4.16 Uji Reabilitas Variabel.....	81
4.17 Hasil Regresi Berganda Kepuasan Pelanggan	82
4.18 Hasil Uji t.....	83
4.19 Hasil Uji f	85
4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	86
4.21 Hasil Regresi Berganda Minat Beli Ulang	87
4.22 Hasil Uji t.....	89

4.23 Hasil Uji f	91
4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	92
4.25 Hasil Analisis Jalur.....	94



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar

1.1 Data Penggunaan Telepon, Internet, Media Sosial Di Indonesia.....	5
1.2 Platform Media Sosial Paling Aktif Di Indonesia.....	7
2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	40
4.1 Analisis Jalur	93



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Data Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 : Data Output SPSS

Lampiran 4 : Data Tabulasi Try Out

Lampiran 5 : Data Output Try Out

Lampiran 6: Tabel Uji Reabilitas



