



**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KUALITAS *WEBSITE*,
DAN INTERAKSI LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
PADA KONSUMEN *WEBSITE* STORE ZOYA.CO.ID DI KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk
menyelesaikan jenjang pendidikan Strata satu (S1)
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh:

WAHYU EKA SAPUTRI

201711168

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2021**

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KUALITAS *WEBSITE*,
DAN INTERAKSI LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
PADA KONSUMEN *WEBSITE* STORE ZOYA.CO.ID DI KUDUS**

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

Kudus, 2021

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I



Dina Lusianti, S.E., M.M., AAK
NIDN. 0630098401



Dr. Manik Indaryani, M.S.
NIDN.0628045901

Mengetahui,
Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



Dr. Dra. Sulistyowati, S.H., C.N.
NIDN. 0607076401



Mira Meilia Marka, S.E., M.M.
NIDN. 0606058801

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti Kami akan menambah (nikmat) kepadamu.

(QS. Ibrahim : 7)

Iman dibagi menjadi dua, sebagian adalah syukur dan sebagiannya lagi adalah sabar.

(Jalaluddin al-Suyuthi)

Padi tumbuh tidak berisik.

(Tan Malaka)

Bad things at times do happen to good people

(Harold S. Kushner)



Persembahan:

Keluargaku, orangtua dan suami tercinta

Sahabat dan teman seperjuangan

Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, skripsi berjudul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Website dan Interaksi Layanan Terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Web Store Zoya.co.id di Kudus” dapat diselesaikan. Dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus,
2. Dr. Dra. Sulistyowati, S.H., C.N., selaku Plt Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus,
3. Dina Lusianti, S.E., M.M., AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
4. Dr. Mamik Indaryani, M.S., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga skripsi ini selesai
5. Mira Meilia Marka, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga skripsi ini selesai
6. Segenap dosen dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bekal ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama masa perkuliahan
7. Kedua orangtua dan suami tercinta yang selalu memberikan dorongan psikis dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini

8. Sahabat dan teman yang tidak henti-hentinya mendukung penulis dari awal hingga akhir
9. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, tetapi penulis telah berusaha dengan pikiran dan kemampuan agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kudus, 14 Agustus 2021

Penulis,

Wahyu Eka Saputri
NIM.2017-11-168

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KUALITAS *WEBSITE*,
DAN INTERAKSI LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
PADA KONSUMEN *WEBSITE* STORE ZOYA.CO.ID DI KUDUS**

WAHYU EKA SAPUTRI
201711168

Pembimbing 1. Dr. Mamik Indaryani, M.S.
2. Mira Meilia Marka, S.E., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan, kualitas *website*, dan interaksi layanan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi pada konsumen *website* store zoya.co.id di Kudus. Metode penelitian yang digunakan ialah pendekatan deskriptif–kuantitatif yang dianalisis berdasarkan pengolahan Structural Equation Modeling (SEM) dengan sampel sebanyak 160 responden menggunakan teknik purposive sampling. Hasil yang diperoleh yaitu: (1) Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di web store Zoya.co.id.; (2) Kualitas *website* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di web store Zoya.co.id.; (3) Interaksi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di web store Zoya.co.id.; (4) Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang di web store Zoya.co.id.; (5) Kualitas *website* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang di web store Zoya.co.id.; (6) Interaksi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang di web store Zoya.co.id.; serta (7) Kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang di web store Zoya.co.id.

Kata-kata Kunci: kemudahan penggunaan; kualitas *website*; interaksi layanan, kepuasan konsumen; minat beli ulang

THE EFFECT OF EASE OF USE, WEBSITE QUALITY AND SERVICE INTERACTION ON REPURCHASE INTENTION THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATING VARIABLE ON CUSTOMER WEBSITE STORE ZOYA.CO.ID IN KUDUS

WAHYU EKA SAPUTRI
201711168

Guidance Lecturer: 1.Dr. Mamik Indaryani, M.S.
2. Mira Meilia Marka, S.E., M.M.

MURIA KUDUS UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY
PROGRAM

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of ease of use, website quality and service interaction on repurchase intention through customer satisfaction as a mediating variable on customer website store Zoya.co.id in Kudus. This study's method used a descriptive-quantitative approach which is analyzed based on Structural Equation Modeling (SEM) this study processing with a sample of 160 respondents using purposive sampling technique. The result of this research is (1) ease of use had positive effect and significant on customer satisfaction in web store Zoya.co.id (2) website quality had no effect and no significant on customer satisfaction in web store Zoya.co.id (3) service interaction had positive effect and significant on customer satisfaction in web store Zoya.co.id. (4) ease of use had no effect and no significant on repurchase intention in web store Zoya.co.id (5) website quality had no effect and no significant on repurchase intention in web store Zoya.co.id (6) service interaction had positive effect and significant on repurchase intention in web store Zoya.co.id. and (7) customer satisfaction had no effect and no significant on repurchase intention in web store Zoya.co.id.

Keywords: *ease of use; website quality; service interaction; customer satisfaction; repurchase intention*

DAFTAR ISI

MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Ruang Lingkup	13
1.3. Perumusan Masalah	14
1.4. Tujuan Penelitian	16
1.5. Manfaat Penelitian	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1. Variabel Penelitian	18
2.1.1. Minat Beli Ulang	18
2.1.2. Kepuasan Konsumen	19
2.1.3. Kemudahan Penggunaan	21
2.1.4. Kualitas <i>Website</i>	23
2.1.5. Kualitas Interaksi Layanan	25
2.1.6. Penelitian Terdahulu	26
2.2. Pengaruh antar Variabel	36

2.2.1.	Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen	36
2.2.2.	Pengaruh Kualitas <i>Website</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	36
2.2.3.	Pengaruh Interaksi Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen	37
2.2.4.	Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Beli Ulang	38
2.2.5.	Pengaruh Kualitas <i>Website</i> terhadap minat Beli Ulang	38
2.2.6.	Pengaruh Interaksi Layanan terhadap Minat Beli Ulang	39
2.2.7.	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang	39
2.3.	Kerangka Pemikiran Teoretis dan Hipotesis	40
2.3.1.	Kerangka Pemikiran Teoretis	40
2.3.2.	Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN		45
3.1.	Rancangan Penelitian	45
3.2.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	45
3.3.	Jenis dan Sumber Data	49
3.4.	Populasi dan Sampel	50
3.5.	Pengumpulan Data	51
3.6.	Uji Validitas dan Reliabilitas	52
3.7.	Pengolahan Data	53
3.8.	Analisis Data	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		60
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.1.1.	Gambaran Umum Web store Zoya	60
4.1.2.	Visi dan Misi Zoya	62

4.2.	Penyajian Data	63
4.2.1.	Karakteristik Responden	63
4.2.2.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel	65
4.3.	Analisis Data	69
4.3.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	69
4.3.2.	Evaluasi atas asumsi-asumsi SEM	73
4.3.3.	Analisis Structural Equation Modelling (SEM)	86
4.3.4.	Pengujian Hipotesis	88
4.3.5.	Analisis <i>Direct Effect</i>	92
4.3.6.	Analisis <i>Indirect Effect</i>	93
4.3.7.	Analisis <i>Total Effect</i>	94
4.4.	Pembahasan	95
4.4.1.	Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Konsumen	95
4.4.2.	Pengaruh Kualitas Website terhadap Kepuasan Konsumen	97
4.4.3.	Pengaruh Interaksi Layanan terhadap Kepuasan Konsumen	99
4.4.4.	Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli Ulang	100
4.4.5.	Pengaruh Kualitas Website terhadap Minat Beli Ulang	102
4.4.6.	Pengaruh Interaksi Layanan terhadap Minat Beli Ulang	103
4.4.7.	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang	104
4.4.8.	Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen	106
4.4.9.	Pengaruh Kualitas Website terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen	107

4.4.10. Pengaruh Interaksi Layanan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	111
5.1. Kesimpulan	111
5.2. Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN	121
LAMPIRAN 2. TABULASI KUESIONER	128
LAMPIRAN 3. FREKUENSI DATA	136
LAMPIRAN 4. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	140
LAMPIRAN 5. UJI ASUMSI SEM	156
LAMPIRAN 6. REGRESSION WEIGHT	160



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pencarian “zoya” selama 3 tahun terakhir di Google	8
Tabel 1. 2 Keluhan konsumen Zoya pada instagram resmi Zoya @zoyalovers	10
Tabel 3. 1 Kriteria Penyekoran Kuesioner	51
Tabel 3. 2 Interpretasi Nilai r	52
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	65
Tabel 4. 4 Tanggapan responden terhadap Variabel Kuesioner Kemudahan Penggunaan	65
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kuesioner Kualitas Website	66
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kuesioner Interaksi Layanan	67
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kuesioner Kepuasan Konsumen	68
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kuesioner Minat Beli Ulang	69
Tabel 4. 9 Convergent Validity	70
Tabel 4. 10 Variance Extracted (AVE)	71
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas	72
Tabel 4. 12 Discriminant Validity	73
Tabel 4. 13 Uji Normalitas Data	74
Tabel 4. 14 Analisis Outliers.....	75

Tabel 4. 15 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan.....	78
Tabel 4. 16 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Variabel Eksogen Setelah Perbaikan.....	79
Tabel 4. 17 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Variabel Endogen Sebelum Perbaikan.....	81
Tabel 4. 18 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Variabel Endogen Setelah Perbaikan.....	83
Tabel 4. 19 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Full Model Setelah Perbaikan.....	85
Tabel 4. 20 Standardized Regression Weight	87
Tabel 4. 21 Regression Weights.....	88
Tabel 4. 22 Analisis Pengaruh Langsung Antar Variabel.....	92
Tabel 4. 23 Analisis Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel	93
Tabel 4. 24 Analisis Pengaruh Total Antar Variabel.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pencarian “zoya” selama 3 tahun terakhir di Google (Google Trends, 2021)	9
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoretis	43
Gambar 4. 1 Logo Zoya	61
Gambar 4. 2 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan.	77
Gambar 4. 3 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen Setelah Perbaikan...	79
Gambar 4. 4 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Endogen Sebelum Perbaikan	81
Gambar 4. 5 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Endogen Setelah Perbaikan ..	83
Gambar 4. 6 Hasil Analisis Konfirmatori Measurement Model Sebelum Perbaikan	84
Gambar 4. 7 Hasil Analisis Konfirmatori Measurement Model Setelah Perbaikan	85
Gambar 4. 8 Pengujian Full Model SEM	87