



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, PROMOSI
PENJUALAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN PADA LAZADA *ONLINE***

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

Diajukan oleh :

MITA ULFA ARIYANTI

NIM. 2016-11-258

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

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, PROMOSI
PENJUALAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN PADA LAZADA ONLINE**

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

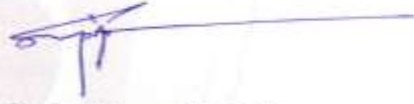
Kudus 2021

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I



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



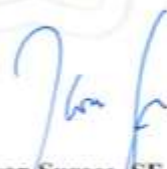
Dr. Supriono., SE., MM.
NIDN. 0614037104

Mengetahui,
Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



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



Iwan Suroso, SE., MM.
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

"Sesungguhnya orang-orang iman dan mereka yang melakukan kebaikan, demikian itulah mereka sebaik-baiknya makhluk"

(Q.S. Al-Bayyinah : 7)

"Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua."

(Aristoteles)

Orang-orang hebat di bidang apapun bukan baru bekerja karena mereka terinspirasi, namun mereka menjadi terinspirasi karena mereka lebih suka bekerja. Mereka tidak menyia-nyiakkan waktu untuk menunggu inspirasi."

(Ernest Newman)

Kupersembahkan kepada :

1. *Kedua orang tuaku yang telah memberikan dukungan moral, materi dan do'a.*
2. *Saudara-saudaraku yang telah memberikan semangat dan dukungan.*
3. *Sahabat-sahabatku yang senantiasa menemaniku dalam suka dan duka*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk sebagai salah satu syarat menyelesaikan Sarjana Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Selama proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Dr. H. Suparno, SH.MS., selaku Rektor Universitas Muria Kudus
2. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dina Lusianti, SE., MM., AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Supriyono., SE., MM., selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Iwan Suroso, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh jajaran dosen pengajar dan staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bekal ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama perkuliahan hingga sampai saat ini.

7. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang merupakan konsumen *Marketplace* Shopee yang telah bersedia membantu mengisi kuesioner yang disebar oleh penulis.
8. Kedua orangtua dan suami tercinta yang selalu memberikan dorongan dan doa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan yang telah membantu dalam penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang penulis dapatkan, diberikan limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kudus, 2021
Penulis,



MITA ULFA ARIYANTI
NIM. 2016-11-258

ABSTRAKSI

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA LAZADA *ONLINE*

MITA ULFA ARIYANTI
NIM. 2016-11-258

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Supriyono., SE., MM
2. Iwan Suroso, SE., MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh *e-service quality*, promosi penjualan dan kualitas produk terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen pada lazada *online*. Penelitian ini menggunakan dua variabel endogen, yaitu minat beli ulang dan kepuasan konsumen, dan tiga variabel eksogen, yaitu *e-service quality*, promosi penjualan dan kualitas produk. Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan sampel yang terdiri dari 115 responden dengan teknik *purposive sampling* yaitu konsumen Lazada *online* yang telah melakukan 2 kali pembelian pada produk Lazada *online* dalam kurun waktu 2 bulan terakhir.

Analisis data yang digunakan (SEM) *Structural Equatuion Modeling* yang di operasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan *e-service quality*, promosi penjualan dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen pada lazada *online*.

Kata kunci: *e-service quality*, promosi penjualan, kualitas produk, minat beli ulang, kepuasan konsumen .

ABSTRACT

EFFECT OF E-SERVICE QUALITY, SALES PROMOTION AND PRODUCT QUALITY ON RE-BUY INTEREST THROUGH CUSTOMER SATISFACTION IN LAZADA ONLINE

MITA ULFA ARIYANTI
NIM. 2016-11-258

Guidance Lecturer : 1. Dr. Supriyono., SE., MM
2. Iwan Suroso, SE., MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMIC AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM
OF MANAGEMENT

This study aims to analyze the effect of e-service quality, sales promotion and product quality on repurchase interest through customer satisfaction at lazada online. This study uses two endogenous variables, namely repurchase interest and customer satisfaction, and three exogenous variables, namely e-service quality, sales promotion and product quality. The data collection used in this study is a questionnaire method. In this study, using a sample consisting of 115 respondents with purposive sampling technique, namely online Lazada consumers who have made 2 purchases of online Lazada products in the last 2 months.

Data analysis used (SEM) Structural Equation Modeling which is operated through the AMOS program. The results showed that e-service quality, sales promotion and product quality had a positive and significant effect on repurchase interest through customer satisfaction at online lazada.

Keywords: e-service quality, sales promotion, product quality, repurchase interest, customer satisfaction

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	8
1.3. Rumusan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Minat Beli Ulang	13
2.2. Kepuasan konsumen.....	16
2.3. <i>E-Service Quality</i>	20
2.4. Promosi penjualan	23
2.5. Kualitas produk	27
2.6. Penelitian terdahulu	29
2.7. Pengaruh antar variabel	33
2.8. Kerangka pemikiran	39
2.9. Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42

3.2. Populasi dan Sampel.....	47
3.3. Jenis Data dan Sumber Data	48
3.4. Metode Pengumpulan Data	51
3.5. Pengolahan Data.....	52
3.6. Uji Instrumen.....	53
3.7. Teknik Analisis Data	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	64
4.2. Deskripsi Responden	65
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian	67
4.4. Analisis Data	71
4.5. Analisis Konfirmatori Full Model.....	80
4.6. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	83
4.7. Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total..	87
4.8. Pembahasan.....	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1. Kesimpulan.....	98
5.2. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Top brand award	5
Tabel 3.1. Uji <i>Goodness of Fit Indices</i>	62
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan pembelian	67
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Variabel <i>e-service quality</i>	68
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel promosi penjualan.....	68
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel kualitas produk.....	69
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel kepuasan konsumen	70
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel minat beli ulang	71
Tabel 4.9. <i>Standarized Regression Weight</i> Eksogen	72
Tabel 4.10. <i>Standarized Regression Weight</i> Endogen	74
Tabel 4.11. <i>Standarized Regression Weight</i> Eksogen setelah Perbaikan Model	75
Tabel 4.12. Uji Normalitas Data	77
Tabel 4.13. <i>Mahalanobis d-squared</i>	78
Tabel 4.14. Hasil pengujian construct reliability dan variance extracted	79
Tabel 4.15. Uji Full Model <i>Goodness of Fit SEM</i>	81
Tabel 4.16. Nilai <i>Squared Multiple Correlation</i>	82
Tabel 4.17. Tabel <i>Regression Weights</i>	84
Tabel 4.18. Hasil Pengujian Hipotesis	84
Tabel 4.19. Pengaruh Langsung Variabel Laten	88
Tabel 4.20. Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten	89
Tabel 4.21. Pengaruh Total antar Variabel Laten	89

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Review Kepuasan Konsumen.....	6
Gambar 2.1. Kerangka Pikir Teoritis	39
Gambar 4.1. Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan Model	72
Gambar 4.2. Pengujian Konfirmatori Endogen Sebelum Perbaikan Model	73
Gambar 4.3. Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan Model	75
Gambar 4.4. Analisis Full Variabel Eksogen dan Endogen	76
Gambar 4.5. Hasil Uji Full Model Structural Equation Modelling (SEM)	81



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner Responden
- Lampiran 3. Frekuensi Data
- Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5. Analisis Data

