



**PENGARUH DISKON, E-WOM DAN ONLINE SHOPPING  
EXPERIENCE TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN  
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PADA BUKALAPAK (STUDI KASUS  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

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

Diajukan oleh :

**ARI ALFANI**

**NIM: 201711501**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2022**

**PENGARUH DISKON, E-WOM DAN ONLINE SHOPPING  
EXPERIENCE TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN  
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PADA BUKALAPAK (STUDI KASUS  
MAHASISWA 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

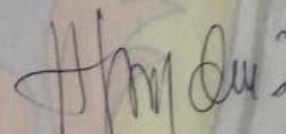
Kudus, ..... 2022

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen



**Nurul Rizka Arumsari, SE, MM.**  
NIDN. 0628048702

Pembimbing I



**Dr. Mamik Indaryani, MS.**  
NIDN. 0628045901

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Dr. Kertati Sumekar, SE., MM**  
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



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

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

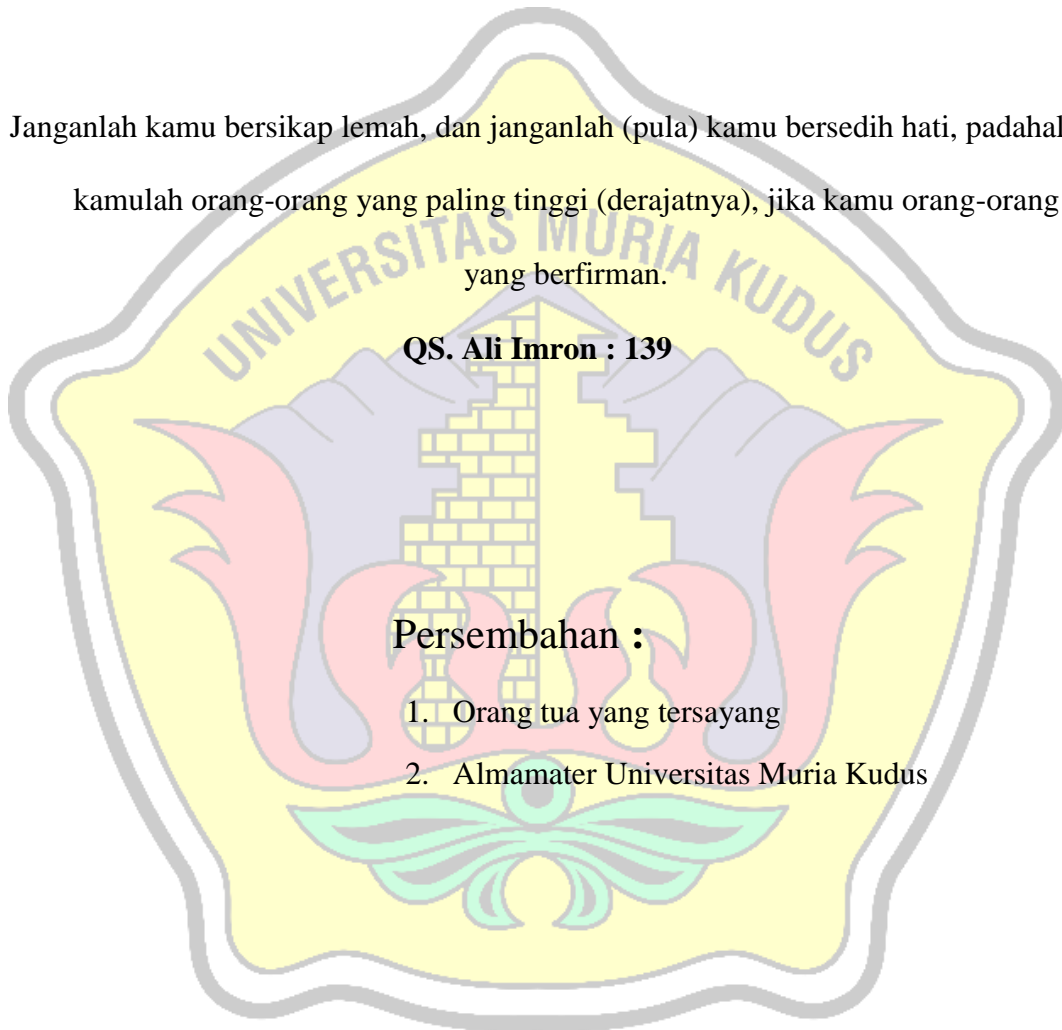
Motto :

Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang berfirman.

**QS. Ali Imron : 139**

**Persembahan :**

1. Orang tua yang tersayang
2. Almamater Universitas Muria Kudus



## 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. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Nurul Rizka Arumsari, SE, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Mamik Indaryani, MS, selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabarandari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Dina Lusianti, SE., MM., AAK, selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabarandari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh 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. 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.



## ABSTRAKSI

# PENGARUH DISKON, E-WOM DAN ONLINE SHOPPING EXPERIENCE TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BUKALAPAK (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)

ARI ALFANI

NIM: 201711501

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Mamik Indaryani, MS  
2. Dina Lusianti, SE., MM., AAK

UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh diskon, e-wom dan online shopping experience terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada bukalapak (studi kasus mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muria kudus). Pada penelitian ini pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Sedangkan sampel penelitian dalam penelitian sebesar 150 responden dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan (SEM) *Structural Equation Modeling* yang di operasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian diskon, e-wom dan online shopping experience berpengaruh positif terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada bukalapak

**Kata kunci:** diskon, e-wom, online shopping experience, minat beli ulang, kepuasan konsumen

**ABSTRACT**

***THE EFFECT OF DISCOUNTS, E-WOM AND ONLINE SHOPPING EXPERIENCES ON REPURCHASING INTEREST WITH CONSUMER SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLES IN BUKALAPAK (CASE STUDY OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS OF MURIA KUDUS UNIVERSITY)***

**ARI ALFANI**

**NIM: 201711501**

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Mamik Indaryani, MS  
2. Dina Lusianti, SE., MM., AAK

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FACULTY OF ECONOMICS AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM  
OF MANAGEMENT**

*This study aims to analyze the effect of discounts, e-wom and online shopping experience on repurchase intention with consumer satisfaction as an intervening variable at Bukalapak (a case study of students from the Faculty of Economics and Business, Muria Kudus University). In this study data collection using a questionnaire method. While the research sample in this study amounted to 150 respondents with purposive sampling technique. Analysis of the data used (SEM) Structural Equatuion Modeling which is operated through the AMOS program. The results of the research on discounts, e-wom and online shopping experience have a positive effect on repurchase interest with consumer satisfaction as an intervening variable at Bukalapak.*

*Keywords: discount, e-wom, online shopping experience, repurchase interest, consumer satisfaction*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
ABSTRACT .....	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 .....	12
2.1. Minat Beli Ulang .....	12
2.2. Kepuasan Konsumen .....	17
2.3. Diskon.....	20
2.4. E-WOM .....	23
2.5. Pengalaman Berbelanja Online ( <i>Online Shopping Experience</i> ).....	27
2.6. Penelitian Terdahulu .....	29
2.7. Pengaruh Antar Variabel .....	34
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	40
2.9. Hipotesis .....	41
BAB III METODE PENELITIAN .....	42



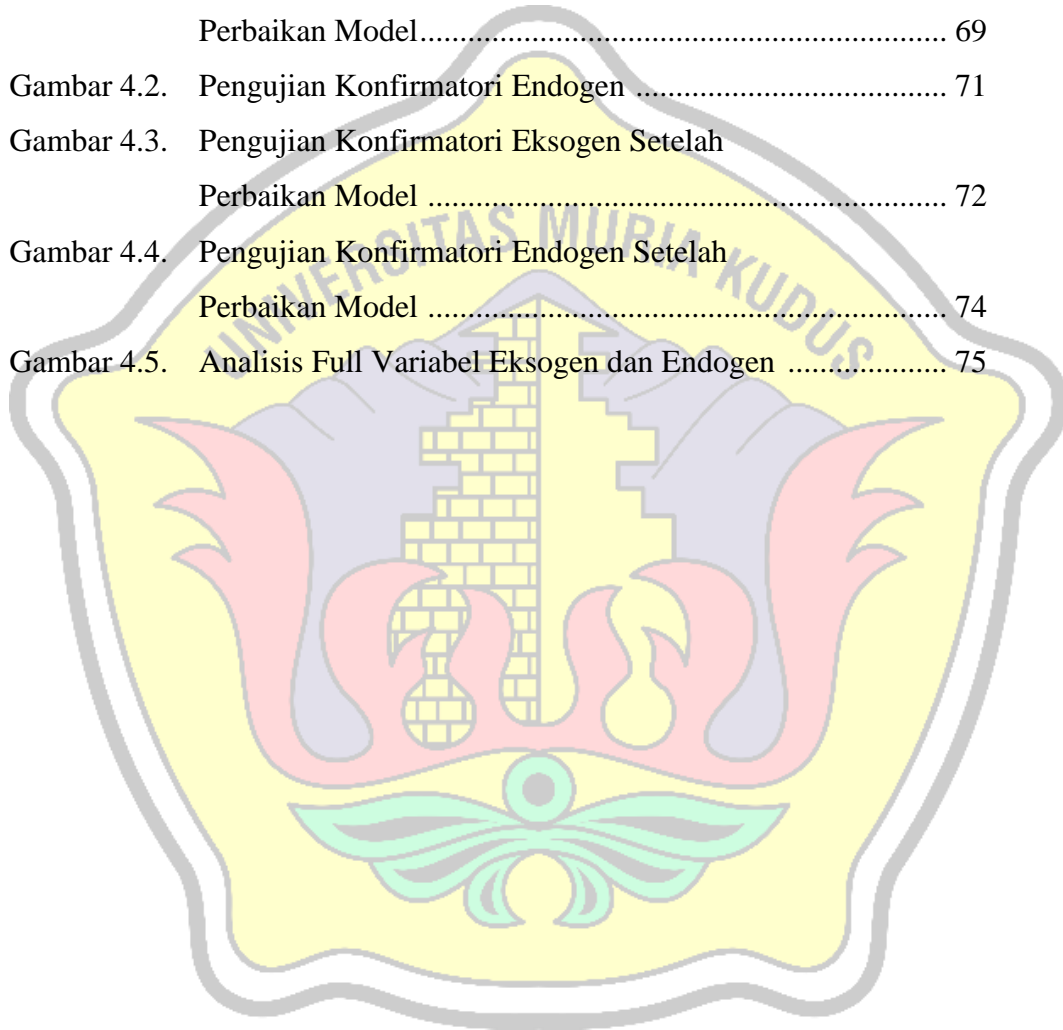
3.1. Rancangan Penelitian .....	42
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	43
3.3. Populasi dan Sampel.....	46
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	47
3.5. Pengumpulan Data.....	47
3.6. Pengolahan Data .....	47
3.7. Uji Instrumen.....	50
3.8. Teknik Analisis Data .....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	60
4.2. Penyajian Data.....	62
4.3. Analisis Data .....	69
4.4. Pembahasan .....	87
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>95</b>
5.1. Kesimpulan.....	95
5.2. Saran.....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. TBI Online Shop 2020 .....	3
Tabel 3.1. Uji <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	58
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Umur .....	63
Tabel 4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	63
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Variabel Diskon .....	64
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel E-Wom .....	65
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel Online Shopping Experience....	66
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	67
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang.....	68
Tabel 4.9. Standardized Regression Weights Variabel Eksogen .....	70
Tabel 4.10. Standardized Regression Weights Variabel Endogen .....	71
Tabel 4.11. Standardized Regression Weights Variabel Eksogen setelah Perbaikan Model .....	73
Tabel 4.12. Standardized Regression Weights Variabel Endogen setelah Perbaikan Model .....	74
Tabel 4.13. Uji Normalitas Data .....	76
Tabel 4.14. Mahalanobis d-squared .....	77
Tabel 4.15. Hasil Pengujian <i>Construct Reliability</i> Dan <i>Variance Extracte</i>	78
Tabel 4.16. Uji Full Model <i>goodness of fit SEM</i> .....	80
Tabel 4.17. Nilai <i>Squared Multiple Correlatio</i> .....	81
Tabel 4.18. Standardized Regression Weights .....	81
Tabel 4.19. Tabel Regression Weight .....	82
Tabel 4.20. Besar <i>Total Effect</i> .....	86

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. TOP Market Place di Indonesia 2020 .....	3
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian .....	40
Gambar 4.1. Pengujian Konfirmatori Eksogen sebelum Perbaikan Model.....	69
Gambar 4.2. Pengujian Konfirmatori Endogen .....	71
Gambar 4.3. Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan Model .....	72
Gambar 4.4. Pengujian Konfirmatori Endogen Setelah Perbaikan Model .....	74
Gambar 4.5. Analisis Full Variabel Eksogen dan Endogen .....	75



## 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

