



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, PERSEPSI HARGA DAN  
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI ULANG  
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK  
BUSANA MUSLIM DI TOKO ONLINE BLIBI.COM**

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

Diajukan oleh :

**Novi Ariani**

**NIM. 201711409**

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

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, PERSEPSI  
HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP  
MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN  
KONSUMEN PADA PRODUK BUSANA MUSLIM DI  
TOKO ONLINE BLIBL.COM**

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

Dian Wismar'ein, SE. MM.  
NIDN. 0612127702

Mengetahui,  
Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



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



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

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Berlomba lombalah dalam kebaikan.

**QS. Al Baqarah: 148**

Hiduplah seperti pohon kayu yang lebat buahnya: hidup di tepi jalan dan dilempari orang dengan batu, tetapi dibalas dengan buah."

Abu Bakar Sibli

**Persembahan :**

1. Orang tua yang tersayang
2. Sahabat-sahabatku seperjuangan
3. Teman-teman seangkatan Fakultas Ekonomi dan Bisnis 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. Dian Wismar'ain, SE. MM, selaku Wakil Dekan sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
2. Dina Lusianti, SE., MM., AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus sekaligus dosen pembimbing II yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
3. 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.
4. 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,

Novi Ariani



## ABSTRAKSI

### **PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK BUSANA MUSLIM DI TOKO ONLINE BLIBI.COM**

**Novi Ariani**

**NIM. 201711409**

Dosen Pembimbing : 1. Dian Wismar'ain, SE. MM  
2. Dina Lusianti, S.E., M.M., AAK.

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

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis Pengaruh *E-Service Quality*, Persepsi Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Produk Busana Muslim Di Toko Online Blibi.Com. Penelitian ini menggunakan dua variabel endogen, yaitu minat beli ulang dan kepuasan konsumen, serta tiga variabel eksogen, yaitu *e-service quality*, persepsi harga dan promosi penjualan. Pada penelitian ini pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Sedangkan sampel penelitian dalam penelitian sebesar 125 responden dengan teknik *purposive sampling*.

Analisis data yang digunakan (SEM) *Structural Equation Modeling* yang dioperasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality*, persepsi harga dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen pada produk busana muslim di toko online Blibli.com.

**Kata kunci:** *e-service quality*, persepsi harga, promosi penjualan, minat beli ulang, kepuasan konsumen

## **ABSTRACT**

### ***THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION AND SALES PROMOTION ON REPURCHASING INTEREST THROUGH CONSUMER SATISFACTION ON MUSLIM CLOTHING PRODUCTS IN BLIBI.COM ONLINE STORE***

**Novi Ariani**  
**NIM. 201711409**

Dosen Pembimbing : 1. Dian Wismar'ain, SE. MM  
2. Dina Lusianti, S.E., M.M., AAK

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

*This study aims to analyze the effect of E-Service Quality, Price Perception and Sales Promotion on Repurchase Interest Through Consumer Satisfaction on Muslim Clothing Products at Blibi.Com Online Stores. This study uses two endogenous variables, namely repurchase interest and consumer satisfaction, as well as three exogenous variables, namely e-service quality, price perception and sales promotion. In this study data collection using a questionnaire method. While the research sample in this study amounted to 125 respondents with purposive sampling technique.*

*Analysis of the data used (SEM) Structural Equatuion Modeling which is operated through the AMOS program. The results showed that e-service quality, price perception and sales promotion had a positive and significant effect on repurchase intention through consumer satisfaction with Muslim clothing products at the online store Blibli.com.*

**Keywords:** *e-service quality, price perception, sales promotion, repurchase intention, consumer 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 .....	6
1.3. Rumusan Masalah .....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Kegunaan Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1. Minat Beli Ulang .....	10
2.2. Kepuasan Konsumen.....	15
2.3. <i>E-Service Quality</i> .....	18
2.4. Perspsi Harga.....	21
2.5. Promosi Penjualan .....	24
2.6. Pengaruh Antar Variabel .....	26
2.7. Tinjaun Penelitian Terdahulu .....	29
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	33
2.9. Hipotesis .....	35



BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1. Rancangan Penelitian .....	37
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	37
3.3. Populasi dan Sampel .....	41
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	42
3.5. Pengumpulan Data.....	44
3.6. Pengolahan Data .....	44
3.7. Uji Instrumen.....	45
3.8. Teknik Analisis Data .....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	59
4.2. Penyajian Data .....	60
4.3. Uji Instrumen .....	65
4.4. Analisis Data .....	66
4.5. Pembahasan.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1. Kesimpulan.....	89
5.2. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Daftar keluhan belanja online .....	4
Tabel 1.2. Harga gamis febrina.....	4
Tabel 3.1. Uji <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	71
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	74
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	75
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	75
Tabel 4.3. Statistik Deskriptif Variabel E-Service Quality.....	76
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga .....	76
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel Promosi Penjualan .....	77
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen .....	78
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang .....	79
Tabel 4.8. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	80
Tabel 4.10. Uji Normalitas .....	81
Tabel 4.11. Uji Outlier .....	82
Tabel 4.14. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Eksogen.....	84
Tabel 4.15. Loading Factor Eksogen .....	82
Tabel 4.16. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Endogen .....	84
Tabel 4.17. Loading Factor Endogen.....	85
Tabel 4.18. Kesesuaian Analisis Full Measurement .....	86
Tabel 4.19. Kesesuaian Analisis SEM.....	88
Tabel 4.20. Regression Weight .....	89
Tabel 4.21. Standarized Regression Weight .....	90
Tabel 4.22. Koefisien Determinasi .....	92
Tabel 4.23. Hasil Regression Weight .....	93
Tabel 4.24. Total Effect .....	96

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Kunjungan Rata-Rata Per Bulan Toko Online Shop.....	3
Gambar 4.1. 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

