



**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK MINAT  
PEMBELIAN ULANG PADA PELANGGAN SHOPEE  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muria Kudus)**

Oleh:

**SITI MUASRONIYAH**

**NIM : 2018-11-207**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2023**



**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK MINAT  
PEMBELIAN ULANG PADA PELANGGAN SHOPEE  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen 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

Oleh:

**SITI MUASRONIYAH**

**NIM : 2018-11-207**


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2023**

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK MINAT  
PEMBELIAN ULANG PADA PELANGGAN SHOPEE**  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Universitas Murta Kudus)

Skrripsi ini telah diteliti untuk diperbahaskan dihadapan Tim Penguji Ujian  
Skrripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Murta Kudus

Langgul,


Pembimbing I

  
**(Dr. Kartati Sumekar, SE, MM.)**  
NIDN. 0610077304

Pembimbing II

  
**(Iwan Surono, SE, MM, CFP.)**  
NIDN. 0603067701

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen

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

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK MISAT  
PEMBELIAN ULANG PADA PELANGGAN SHOPEE  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muria Kudus)


Nama : Siti Munawirah  
NIM : 201811207  
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,

2023


Mengetahui,  
Ketua Program Studi

  
Nurul Rizka Arumark, SE, MM  
NIDN. 0620048702

Pembimbing I

  
Dr. Kerti Samekar, SE, MM  
NIDN. 0616077304

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

  
Dr. Kerti Samekar, SE, MM  
NIDN. 0616077304

Pembimbing II

  
Iwan Sutrisno, SE, MM, C.P.  
NIDN. 0603067701

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto:

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”*

*(Q.S. Al- Baqarah: 286)*

*“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”*

*(Q.S. Al-Insyirah: 6)*

*“Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”*

*(Q.S. Al-Insyirah: 7-8)*

### Persembahan:

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

- 1) Kedua orang tua saya yaitu Bapak Ahmad Rofiq dan Ibu Rohmania yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, pengorbanan dan doa serta kepercayaan dalam menuntut ilmu.
- 2) Adik kandung saya Lisa Aprelia yang selalu memberikan semangat dan menemani saya waktu bimbingan.
- 3) Almamaterku yang saya banggakan dan semoga semakin jaya.



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muria Kudus)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna meraih gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan dan doa dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung, pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan banyak terima kasih 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 serta selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
3. Nurul Rizka Arumsari, SE., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Iwan Suroso, SE., MM., CFP., selaku Dosen Pembimbing II yang sedia memberikan bimbingan, pengarahan dan memberikan banyak masukan kepada penulis.

5. Keluarga saya khususnya kedua orang tua dan adik kandung yang selalu memberi dukungan, materi dan do'a serta kasih sayang yang penuh dengan keikhlasan.
6. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bekal ilmu dan pengetahuannya kepada penulis dan seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah membantu penulis selama menempuh studi.
7. Seluruh responden yaitu Mahasiswa Manajemen Universitas Muria Kudus angkatan 2018.
8. Teman-teman (Alfina Millati, Rina Zulia, Aqilla Nur) yang senantiasa memberikan semangat kepada penulis.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun akan diterima dengan senang hati. Semoga segala kebaikan dan bantuan yang penulis dapatkan tersebut mendapat imbalan dan balasan dari Allah SWT. penulis juga berharap semoga tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Kudus,

2022

**Siti Muasroniyah**  
**2018-11-207**

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK MINAT  
PEMBELIAN ULANG PADA PELANGGAN SHOPEE  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muria Kudus)**

SITI MUASRONIYAH  
2018-11-207

Dosen Pembimbing 1 : Dr. Kertati Sumekar, SE,.MM.

Dosen Pembimbing 2 : Iwan Suroso, SE,.MM,.CFP.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muria Kudus). Objek dalam penelitian ini adalah *E-commerce* Shopee dengan sampel sebanyak 112 responden pada pelanggan Mahasiswa Manajemen Universitas Muria Kudus yang memiliki akun Shopee dan pernah melakukan pembelian di *online* Shopee. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sumber data menggunakan data primer dan data sekunder. Dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan program AMOS Versi 24.0. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa (1) pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (2) kepercayaan pelanggan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (3) pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang (4) kepercayaan pelanggan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang (5) kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang (6) kepuasan pelanggan dapat memediasi atau mampu menjadi variabel intervening pengaruh pengalaman pelanggan dan kepercayaan terhadap minat beli ulang.

**Kata Kunci: Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang.**



***EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCE AND TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION IN FORMING REPURCHASING INTEREST IN SHOPEE CUSTOMERS***

***(Case Study on Management Students of Muria Kudus University)***

SITI MUASRONIYAH  
2018-11-207

*Advisor 1: Dr. Kertati Sumekar, SE,.MM.*

*Advisor 2: Iwan Suroso, SE,.MM,.CFP.*

MURIA KUDUS UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSSINESS STUDY PROGRAM OF  
MANAGEMENT

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the Analysis of the Effect of Customer Experience and Trust on Customer Satisfaction in Forming Repurchase Interests in Shopee Customers (Case Study on Management Students at Muria Kudus University). The object of this research is E-commerce Shopee with a sample of 112 respondents to Muria Kudus University Management Student customers who have Shopee accounts and have made purchases at Shopee online. This type of research is descriptive quantitative with an explanatory research design. The sampling technique used purposive sampling. Source of data using primary data and secondary data. Analyzed using the Structural Equation Model (SEM) with the AMOS Version 24.0 program. The results of this study state that (1) customer experience has a positive and significant effect on customer satisfaction (2) customer trust has a positive but not significant effect on customer satisfaction (3) customer experience has a positive and significant effect on repurchase intention (4) customer trust has a negative effect and not significant to repurchase intention (5) customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intention (6) customer satisfaction can mediate or be able to become an intervening variable for the effect of customer experience and trust on repurchase intention.*

***Keywords: Customer Experience, Trust, Customer Satisfaction, Repurchase Intention.***

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUTAN .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAKSI .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	12
1.3 Rumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian .....	13
1.5 Manfaat Penelitian .....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Manajemen Pemasaran .....	15
2.1.1 Definisi Manajemen Pemasaran .....	15
2.2 Pengalaman Pelanggan .....	15
2.2.1 Definisi Pengalaman Pelanggan .....	15
2.2.2 Indikator Pengalaman Pelanggan .....	17
2.3 Kepercayaan Pelanggan .....	19
2.3.1 Definisi Kepercayaan Pelanggan.....	19

2.3.2	Indikator Kepercayaan.....	21
2.4	Kepuasan Pelanggan .....	23
2.4.1	Definisi Kepuasan Pelanggan.....	23
2.4.2	Indikator Kepuasan.....	25
2.5	Minat Pembelian Ulang .....	26
2.5.1	Definisi Minat Pembelian Ulang .....	27
2.5.2	Indikator Minat Pembelian Ulang .....	28
2.6	Pengaruh Antar Variabel.....	30
2.6.1	Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	30
2.6.2	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	30
2.6.3	Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Minat Pembelian Ulang .....	31
2.6.4	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Minat Pembelian Ulang .....	31
2.6.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Pembelian Ulang .....	32
2.7	Penelitian Terdahulu .....	33
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	37
2.9	Hipotesis .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>40</b>
3.1	Rancangan Penelitian.....	40
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	40
3.2.1	Variabel Penelitian .....	40
3.2.2	Definisi Operasional Variabel .....	41
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	45
3.3.1	Jenis Data.....	45
3.3.2	Sumber Data .....	46
3.4	Populasi, Sampel & Teknik Sampling .....	46

3.4.1	Populasi .....	46
3.4.2	Sampel .....	47
3.4.3	Teknik Sampling .....	48
3.5	Pengumpulan Data .....	48
3.5.1	Pengumpulan Data.....	48
3.6	Uji Instrumen Penelitian .....	49
3.6.1	Uji Validitas.....	49
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	50
3.6.3	Uji Normalitas .....	51
3.6.4	Pengolahan Data.....	52
3.6.5	Analisis Data .....	53
3.6.6	Parsimonious Fit Measures.....	63
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>66</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	66
4.1.1	Sejarah Berdirinya Shopee .....	66
4.1.2	Gambar Logo Shopee .....	67
4.1.3	Visi dan Misi .....	67
4.1.4	Profil Shopee .....	68
4.2	Penyajian Data .....	68
4.2.1	Karakteristik Responden .....	68
4.2.2	Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian .....	70
4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap (X2).....	71
4.2.4	Tanggapan Responden Terhadap (Y1).....	72
4.2.5	Tanggapan Responden Terhadap (Y2).....	73
4.3	Analisis Data.....	73
4.3.1	Uji Validitas.....	73
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	74
4.3.3	Pengujian Evaluasi Asumsi SEM.....	75



4.3.4 Analisis Kriteria <i>Goodness of Fit</i> .....	78
4.4 Uji Hipotesis .....	89
4.5 Hasil Uji Mediasi .....	91
4.6 Pembahasan.....	92
4.6.1 Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	92
4.6.2 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	93
4.6.3 Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang .	94
4.6.4 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang	94
4.6.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang.....	95
4.6.6 Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan.....	96
4.6.7 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan.....	96
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>98</b>
5.1 Kesimpulan .....	98
5.2 Saran .....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>105</b>



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Daftar Pengunjung Terbanyak di Indonesia Tahun 2022.....	3
Gambar 1.2 Perbandingan Pemilihan Platform E-commerce Berdasarkan Gender Tahun 2022.....	5
Gambar 1.3 Penilaian dan Ulasan Pelanggan terhadap <i>E-commerce</i> Shopee..	6
Gambar 2.1 Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee .....	39
Gambar 4.1 Logo Shopee Sumber: Wikipedia .....	67
Gambar 4. 2 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen.....	78
Gambar 4. 3 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Endogen .....	81
Gambar 4. 4 <i>Full Measurement</i> Sebelum Perbaikan .....	83
Gambar 4. 5 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> .....	84
Gambar 4.6 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> .....	86

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Uji Goodness Of Fit .....	61
Tabel 4. 1 Program Studi Responden .....	69
Tabel 4. 2 Semester dari Responden.....	69
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Belanja .....	70
Tabel 4. 4 Deskriptif Variabel Pengalaman Pelanggan (X1) .....	71
Tabel 4. 5 Diskriptif Variabel Kepercayaan Pelanggan (X2).....	72
Tabel 4. 6 Diskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y1) .....	72
Tabel 4. 7 Diskriptif Variabel Minat Beli Ulang (Y2).....	73
Tabel 4. 8 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> .....	74
Tabel 4. 9 Hasil Uji <i>Construct Reliability</i> .....	75
Tabel 4. 10 Uji Normalitas.....	76
Tabel 4. 11 Analisis <i>Outliers</i> .....	77
Tabel 4. 12 Analisis Multikolineritas .....	75
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen.....	78
Tabel 4. 14 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen.....	80
Tabel 4. 15 Hasil Uji Model Goodness of Fit Keseluruhan Variabel Eksogen	81
Tabel 4. 16 Analisis Konfirmatori Konstruk Variabel Endogen .....	82
Tabel 4. 17 Hasil Uji Model <i>Goodness of Fit Full Measurement</i> .....	81
Tabel 4. 18 Hasil Uji Model <i>Goodness of Fit Full Measurement</i> .....	85
Tabel 4. 19 Regression Weights: (Group number 1 - Default model) .....	87
Tabel 4. 20 Scolar Estimates (Group number 1- Default model) .....	89
Tabel 4. 21 Hasil Estimasi Direect Effect.....	91

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	106
Lampiran 2: Tabulasi Jawaban Responden.....	112
Lampiran 3: Hasil Olah Data .....	119

