



**PENGARUH HARGA DAN KEMUDAHAN PEMBAYARAN TERHADAP
MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PEMBELI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA
(PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MURIA KUDUS ANGGKATAN 2019)**

Oleh :

TETY ARUM HIDAYATUNISSA

201911004

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

2023



**PENGARUH HARGA DAN KEMUDAHAN PEMBAYARAN TERHADAP
MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PEMBELI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA
(PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MURIA KUDUS ANGKATAN 2019)**

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

Kudus

Oleh :

TETY ARUM HIDAYATUNISSA

NIM 2019-11-004

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

2023

**PENGARUH HARGA DAN KEMUDAHAN PEMBAYARAN TERHADAP
MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PEMBELI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA
(PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MURIA KUDUS ANGKATAN 2019)**

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

Tanggal

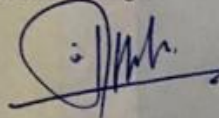
Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)

NIDN. 0628048702

Pembimbing II



(Faridhatun Faidah, S.E., M.M)

NIDN. 0601099201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M

NIDN. 0024037701

**PENGARUH HARGA DAN KEMUDAHAN PEMBAYARAN TERHADAP
MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PEMBELI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA
(PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MURIA KUDUS ANGKATAN 2019)**

Nama : Tety Arum Hidayatunissa

NIM : 201911004

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Mengetahui,

Ketua Program Studi

(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

Mengetahui,



(Dr. Kertah Sumekar, S.E., M.M)

NIDN. 0616077304

Pembimbing I

(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)

NIDN. 0628048702

Pembimbing II

(Faridhatun Faidah, S.E., M.M)

NIDN. 0601099201

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Wanita yang luar biasa adalah wanita yang bisa menyembunyikan perjuangannya dan membuat orang lain percaya bahwa dia selalu bahagia.”

(Imam Syafi’i)

Persembahan :

1. Orang tua saya, yang secara konsisten mendukung keputusan saya
2. Saudara-saudaraku yang telah memberikan bantuan dalam segala hal
3. Persahabatan yang selalu menyenangkan
4. Almamater saya Universitas Muria Kudus yang telah memberikan saya banyak informasi dan pendidikan

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas kebaikan dan nikmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **PENGARUH HARGA DAN KEMUDAHAN PEMBAYARAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PEMBELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA (PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGKATAN 2019)**. Hal ini dirancang sebagai syarat kelulusan Sarjana (S1) Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan, arahan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini, tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada yang berikut pada kesempatan ini:

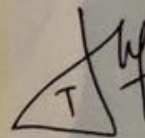
1. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memungkinkan para mahasiswa untuk mendaftar di Universitas Muria Kudus dan menyelesaikan pendidikannya disana.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Ketua Program Studi Manajemen Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M. yang telah memberikan izin penelitian.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., selaku pembimbing pertama dan penguji pendamping yang telah memberikan saran dan meluangkan waktu untuk membimbing penulis dengan penuh kesabaran.

5. Faridhatun Faidah, S.E., M.M., selaku pembimbing kedua, atas segala petunjuk dan arahan yang diperlukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Dina Lusianti, S.E., M.M. AAK., selaku ketua penguji yang telah memberikan masukan untuk penyempurnaan penulisan skripsi.
7. Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K, selaku sekretaris penguji yang membantu dalam penyempurnaan skripsi.
8. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah berbagi keahliannya dengan penulis.
9. Saya mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang merupakan pelanggan *E-commerce* Tokopedia atas kerjasamanya.

Penulis hanya bisa berharap semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal bagi semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini. Amiiin. Akhir kata, skripsi ini diharapkan dapat memberi manfaat.

Kudus, 15 Juli 2023

Penulis



Tetv Arum Hidavatunissa
NIM. 201911004

**PENGARUH HARGA DAN KEMUDAHAN PEMBAYARAN TERHADAP
MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PEMBELI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA
(PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MURIA KUDUS ANGKATAN 2019)**

TETY ARUM HIDAYATUNISSA
201911004

Pembimbing 1 : Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2 : Faridhatun Faidah, S.E., M.M

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bermaksud guna menguji bagaimana kepuasan pembeli pada *e-commerce* Tokopedia mempengaruhi dampak harga dan kemudahan pembayaran terhadap minat beli ulang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sebanyak 110 responden dari angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus dijadikan sampel serta mengambil dan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Metode analisis data menggunakan SEM AMOS 24 (*Structural Equation Modeling*). Temuan ditunjukkan jika harga dan kemudahan pembayaran mempunyai dampak yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pembeli dan cenderung untuk berniat membeli ulang. Begitu halnya dengan kepuasan pembeli terhadap minat beli ulang berpengaruh positif dan signifikan.

Kata Kunci : Harga, kemudahan pembayaran, kepuasan pembeli dan minat beli ulang

**THE INFLUENCE OF PRICE AND EASE OF PAYMENT ON
REPURCHASE INTEREST THROUGH BUYER SATISFACTION AS AN
INTERVENING VARIABLE ON TOKOPEDIA E-COMMERCE (STUDENTS
OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, MURIA KUDUS
UNIVERSITY CLASS OF 2019)**

TETY ARUM HIDAYATUNISSA
201911004

Pembimbing 1 : Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2 : Faridhatun Faidah, S.E., M.M

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

ABSTRACTION

This study intends to examine how customer satisfaction with Tokopedia e-commerce influences the impact of price and ease of payment on repurchase intention. The method used for this research is a quantitative method. A total of 110 respondents from the 2019 class of the Faculty of Economics and Business, Muria Kudus University were used as samples which were taken using the purposive sampling method. Questionnaires are used in this research data collection method. The data analysis method uses SEM AMOS 24 (Structural Equation Modeling). The findings show that price and ease of payment have a positive and significant impact on buyer satisfaction and the tendency to repurchase. So is the case with buyer satisfaction on repurchase intention which has a positive and significant effect.

Keywords: *Price, ease of payment, buyer satisfaction and repurchase intention*

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
RINGKASAN/ ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup.....	10
1.3. Rumusan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pemasaran	14
2.1.1. Pengetian Pemasaran	14
2.1.2. Bauran Pemasaran	15
2.2. Minat Beli Ulang.....	19
2.2.1. Pengertian Minat Beli Ulang	19

2.2.2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi	
	Timbulnya Minat Beli Ulang.....	20
2.2.3.	Indikator Minat Beli Ulang.....	22
2.2.4.	Indikator Minat Beli Ulang.....	22
2.3.	Kepuasan Pembeli	23
2.3.1.	Pengertian Kepuasan Pembeli	23
2.3.2.	Indikator Ciri-Ciri Pembeli yang Puas	24
2.3.3.	Indikator Kepuasan Pembeli.....	24
2.3.4.	Indikator Kepuasan Pembeli.....	25
2.4.	Harga	25
2.4.1.	Pengertian Harga	25
2.4.2.	Faktor-Faktor Harga	26
2.4.3.	Indikator Harga.....	27
2.4.4.	Indikator Harga.....	28
2.5.	Kemudahan Pembayaran.....	29
2.5.1.	Pengertian Kemudahan Pembayaran	29
2.5.2.	Faktor-Faktor Kemudahan Teknologi Pembayaran.....	29
2.5.3.	Indikator Kepuasan Pembeli.....	30
2.5.4.	Indikator Kepuasan Pembeli.....	31
2.6.	Pengaruh Antar Variabel	31
2.6.1.	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang	31
2.6.2.	Pengaruh Kemudahan Pembayaran	
	Terhadap Minat Beli Ulang	32

2.6.3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pembeli	32
2.6.4. Pengaruh Kemudahan Pembayaran Terhadap Kepuasan Pembeli	33
2.6.5. Pengaruh Kepuasan Pembeli Terhadap Minat Beli Ulang	34
2.7. Tinjauan Peneliti Terdahulu	35
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	38
2.9. Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Rancangan Penelitian	41
3.2. Variabel Penelitian	42
3.2.1. Jenis Penelitian	42
3.2.1.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	42
3.3. Jenis dan Sumber Data	46
3.3.1. Jenis Data.....	46
3.3.2. Sumber Data	46
3.4. Populasi dan Sampel.....	47
3.4.1. Populasi	47
3.4.2. Sampel	47
3.5. Pengumpulan Data.....	48
3.6. Uji Instrumen Penelitian.....	49
3.7. Pengolahan Data.....	49

3.8.	Analisis Data	51
3.8.1.	Uji Normalitas	51
3.8.2.	Analisis SEM.....	51
3.8.3.	Uji Hipotesis	57
3.8.4.	Uji Mediasi	57
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.2.	Penyajian Data.....	60
4.2.1.	Deskripsi Responden	60
4.2.1.1.	Responden Berdasarkan Program Studi	60
4.2.1.2.	Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian ...	61
4.2.1.3.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.2.2.	Analisis Deskriptif	62
4.2.2.1.	Analisis Deskriptif Variabel Harga	62
4.2.2.2.	Analisis Deskriptif Variabel Kemudahan Pembayaran	63
4.2.2.3.	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pembeli	64
4.2.2.4.	Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang	65
4.2.3.	Uji Instrumen Penelitian	66
4.2.3.1.	Uji Validitas.....	66
4.2.3.2.	Uji Reabilitas	67

4.3. Analisis Data	68
4.3.1. Uji Normalitas	68
4.3.2. Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen (X)	69
4.3.3. Analisis Konfirmatori Variabel Endogen (Y).....	74
4.3.4. Uji Outlier.....	78
4.3.5. Analisis Full Measurement Model.....	79
4.3.6. Uji Hipotesis	80
4.3.6.1. Pengaruh Langsung	82
4.3.7. Uji Mediasi	84
4.4. Pembahasan.....	86
4.4.1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pembeli	86
4.4.2. Pengaruh Kemudahan Pembayaran Terhadap Kepuasan Pembeli	87
4.4.3. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang	88
4.4.4. Pengaruh Kemudahan Pembayaran Terhadap Minat Beli Ulang	89
4.4.5. Pengaruh Kepuasan Pembeli Terhadap Minat Beli Ulang	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	92
5.2. Saran	92
5.3. Saran Peneliti Lanjutan	93
DAFTAR PUSTAKA	95



DAFTAR TABEL

		Hal
Tabel 3.1.	Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 3.2.	Uji <i>Goodness of Fit</i>	56
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	60
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	61
Tabel 4.3.	Statistik Deskriptif Variabel Harga.....	62
Tabel 4.4.	Statistik Deskriptif Variabel Kemudahan Pembayaran	63
Tabel 4.5.	Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pembeli	64
Tabel 4.6.	Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang	65
Tabel 4.7.	Hasil Uji Validitas	66
Tabel 4.8.	Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.9.	<i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan Model	70
Tabel 4.10.	Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan Model	70
Tabel 4.11.	<i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan Model.....	72
Tabel 4.12.	Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan Model.....	73
Tabel 4.13.	<i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Endogen sebelum Perbaikan Model.....	74
Tabel 4.14.	Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i>	

	Variabel Endogen Sebelum Perbaikan Model	75
Tabel 4.15.	<i>Standardized Regression Weights</i>	
	Variabel Endogen setelah Perbaikan Model	76
Tabel 4.16.	Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i>	
	Variabel Endogen Setelah Perbaikan Model	77
Tabel 4.17.	<i>Mahalanobis D-Squared</i>	78
Tabel 4.18.	Evaluasi <i>Goodness of Fit Indices</i> Full Measurement Model	80
Tabel 4.19.	<i>Output Regression Weight</i>	81
Tabel 4.20.	Hasil Estimasi Parameter Pengaruh Langsung Antar Variabel Berdasarkan Model SEM.....	82
Tabel 4.21.	Besar <i>Total Effect</i>	85

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 <i>Top E-Commerce</i> Indonesia	3
Gambar 1.2 <i>Rating</i> Tokopedia	6
Gambar 1.3 <i>Review Kepuasan</i> Tokopedia	7
Gambar 2.1 Kerangka Pikir Teoritis	38
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Gambar 4.2 Output Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan Model	69
Gambar 4.3 Output Variabel Eksogen Setelah Perbaikan Model	71
Gambar 4.4 Output Variabel Endogen Sebelum Perbaikan Model	74
Gambar 4.5 Output Variabel Endogen Setelah Perbaikan Model	76
Gambar 4.6 Pengujian Konfirmatori Full Measurement	79