



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI
ULANG PRODUK KOSMETIK MEREK PURBASARI
MELALUI *E-COMMERCE* SHOPEE**

Skripsi

Disusun Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh

AZ ZAHRA ALFA RECHA

NIM: 2018-11-051

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI
ULANG PRODUK KOSMETIK MEREK PURBASARI
MELALUI *E-COMMERCE* SHOPEE**

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

Oleh
AZ ZAHRA ALFA RECHA
NIM: 2018-11-051

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG SUATU PRODUK
KOSMETIK MEREK PURBASARI MELALUI *E-COMMERCE* SHOPEE**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan tim penguji ujian
skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 17 November 2023

Dosen Pembimbing I



Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
NIDN: 0628048702

Dosen Pembimbing II



Dian Wismar'cin, S.E., M.M
NIDN: 0612127702

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Noer Indah Rahmawati, S.E., M.M
NIDN: 0024037701

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK
KOSMETIK MEREK PURBASARI MELALUI *E-COMMERCE* SHOPEE

Nama : Az Zahra Alfa Recha

Nim : 201811051

Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 2023

Mengetahui

Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing I


(Noor Indah Rahmawati., S.E., M.M)
NIDN: 0024037701


(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)
NIDN: 0628048702

Mengetahui

Dekan

Dosen Pembimbing II



(Dr. Kertati Sumekar., S.E., M.M)
NIDN: 0616077304


(Dian Wismarlein., S.E., M.M)
NIDN: 0612127702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).”

(Q.S AL-Insyirah :6-7).

“Dan barangsiapa berbuat kesalahan atau dosa, kemudian dia tuduhkan kepada orang yang tidak bersalah, maka sungguh dia telah memikul suatu kebohongan dan dosa yang nyata.”

(Q.S An-Nisa’ : 112).

Persembahan:

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

- Orang tua saya yang tanpa lelah dengan penuh kasih sayang memanjatkan doa untuk mengiringi setiap langkahku.
- Untuk diri saya sendiri, terimakasih karena telah berjuang dan bertahan sampai saat ini dan mampu berada di titik ini.
- Saudara dan teman-temanku yang selalu memberikan semangat, mendukung dan memberikan arahan-arahan mengenai alur skripsi.
- Almamater Universitas Muria Kudus yang mengantarkan proses hingga di titik finish.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK KOSMETIK MEREK PURBASARI MELALUI *E-COMMERCE* SHOPEE**”.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Jurusan Manajemen Pemasaran. Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

- 1) Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
- 2) Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
- 3) Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
- 4) Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan, arahan, maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.

- 5) Dian Wismar'ain., S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan arahan maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
- 6) Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan banyak bekal ilmu pengetahuan selama penulis menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
- 7) Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampuan agar dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan, agar kelak penulis dapat menghasilkan karya yang lebih baik dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Kudus, 2023

AZ ZAHRA ALFA RECHA
2018-11-051

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK KOSMETIK
MEREK PURBASARI MELALUI *E-COMMERCE* SHOPEE**

**AZ ZAHRA ALFA RECHA
2018-11-051**

Pembimbing :

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

(2) Dian Wismar'ain., S.E., M.M

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang produk kosmetik Merek Purbasari melalui *E-commerce* Shopee. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data berasal dari metode penyebaran kuesioner penelitian. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) AMOS versi 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk kosmetik merek Purbasari melalui *e-commerce* Shopee. (2) Resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk kosmetik merek Purbasari melalui *e-commerce* Shopee. (3) Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk kosmetik merek Purbasari melalui *e-commerce* Shopee. (4) Resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk kosmetik merek Purbasari melalui *e-commerce* Shopee. (5) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk kosmetik merek Purbasari melalui *e-commerce* Shopee.

Kata Kunci : Kemudahan penggunaan, Resiko, Minat Beli Ulang, dan Kepuasan Pelanggan.

**ANALYSIS OF FACTORS THAT INFLUENCE CUSTOMER
SATISFACTION ON INTEREST IN RE-BUYING A PURBASARI BRAND
COSMETIC PRODUCT VIA E-COMMERCE SHOPEE**

**AZ ZAHRA ALFA RECHA
2018-11-051**

Advisor:

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

(2) Dian Wismar'ain., S.E., M.M

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

ABSTRACTION

This study aims to analyze the factors that influence customer satisfaction regarding repurchase interest in a Purbasari Brand Cosmetics product through Shopee E-commerce. This research is quantitative descriptive. Data collection comes from the method of distributing research questionnaires. The data analysis technique for this research uses Structural Equation Modeling (SEM) AMOS version 24. The results of this research show that (1) Ease of use has a positive and significant effect on customer satisfaction for Purbasari brand cosmetic products through Shopee e-commerce. (2) The risk has a negative and significant effect on customer satisfaction for Purbasari brand cosmetic products through Shopee e-commerce. (3) Ease of use has a positive and significant effect on interest in repurchasing Purbasari brand cosmetic products through Shopee e-commerce. (4) The risk has a negative and significant effect on interest in repurchasing Purbasari brand cosmetic products through Shopee e-commerce. (5) Customer satisfaction has a positive and significant effect on interest in repurchasing Purbasari brand cosmetic products through Shopee e-commerce.

Keywords: Ease of use, Risk, Repurchase Intention, and Customer Satisfaction.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang lingkup.....	10
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Pemasaran	14
2.2 Kepuasan Pelanggan	14
2.2.1 Pengertian kepuasan pelanggan	14
2.2.2 Indikator kepuasan pelanggan.....	15
2.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	17
2.3 Minat Beli Ulang.....	18
2.3.1 Pengertian minat beli ulang	18
2.3.2 Indikator minat beli ulang	18
2.4 Kemudahan penggunaan.....	20

	Halaman
2.4.1 Pengertian kemudahan penggunaan.....	20
2.4.2 Indikator kemudahan penggunaan	20
2.5 Resiko	22
2.5.1 Pengertian Resiko	22
2.5.2 Indikator Resiko.....	22
2.6 Pengaruh antar variabel.....	24
2.6.1 Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan.....	24
2.6.2 Pengaruh resiko terhadap kepuasan pelanggan.....	25
2.6.3 Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat beli ulang	26
2.6.4 Pengaruh resiko terhadap minat beli ulang	27
2.6.5 Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang	29
2.7 Penelitian Terdahulu	29
2.8 Kerangka Pikir Teoritis.....	33
2.9 Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1. Rancangan Penelitian.....	34
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	34
3.2.1. Variabel Penelitian.....	34
3.2.2. Definisi Operasional	35
3.3. Jenis dan sumber data	38
3.4. Populasi dan Sampel.....	39
3.4.1. Populasi.....	39
3.4.2. Sampel.....	39
3.5. Pengumpulan data.....	40
3.6. Pengolahan Data	41
3.6.1. Scoring	41
3.6.2. Editing.....	41
3.6.3. Tabulating	42

	Halaman
3.6.4. Coding.....	42
3.7. Analisis Data.....	42
3.7.1. Analisis Faktor Konfirmatori.....	43
3.7.2. Goodness of Fit.....	44
3.7.3. Pengujian Asumsi SEM.....	45
3.7.4. Uji Hipotesis	46
3.7.5. Uji Mediasi.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	48
4.1.1 Sejarah Produk Kosmetik Merek Purbasari.....	48
4.1.2 Sejarah <i>E-commerce</i> Shopee.....	49
4.2 Penyajian Data	50
4.2.1 Karakteristik Responden	50
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian	54
4.3 Analisis Data.....	57
4.3.1 Hasil Uji Instrumen Data.....	57
4.3.2 Analisis Konfirmatori.....	61
4.3.3 Structural <i>Equal Modeling</i> (SEM).....	68
4.4 Pembahasan.....	77
4.4.1 Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan.....	77
4.4.2 Pengaruh <i>resiko</i> terhadap kepuasan pelanggan	78
4.4.3 Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat beli ulang	80
4.4.4 Pengaruh <i>resiko</i> terhadap minat beli ulang	81
4.4.5 Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang.....	82
4.4.6 Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai mediasi	83
4.4.7 Pengaruh resiko terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai mediasi	84

	Halaman
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1. Kesimpulan	86
5.2. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	92



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Jenis Kosmetik Purbasari5
Tabel 1.2	Brand Lokal Kosmetik dengan Harga Murah.....6
Tabel 1.3	Data Penjualan Empat Merek Kosmetik <i>Best Seller</i> Periode Februari-April 20227
Tabel 3.1	Goodness of Fit44
Tabel 4.1	Prosentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin51
Tabel 4.2	Prosentase Responden Berdasarkan Usia51
Tabel 4.3	Prosentase Responden Berdasarkan Pendidikan.....52
Tabel 4.4	Prosentase Responden Berdasarkan Pekerjaan.....53
Tabel 4.5	Prosentase Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....54
Tabel 4.6	Deskriptif Variabel Kemudahan penggunaan.....55
Tabel 4.7	Deskriptif Variabel <i>Resiko</i>55
Tabel 4.8	Deskriptif Variabel Kepuasan.....56
Tabel 4.9	Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang57
Tabel 4.10	Uji Validitas.....58
Tabel 4.11	Uji <i>Average Variance Extracted</i> variabel penelitian59
Tabel 4.12	Hasil Uji Discriminant Validity59
Tabel 4.13	Uji Reliabilitas60
Tabel 4.14	Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan61
Tabel 4.15	Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan62
Tabel 4.16	Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen Sebelum Perbaikan63
Tabel 4.17	Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen Setelah Perbaikan64
Tabel 4.18	Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Full Measurement Sebelum Perbaikan66

Tabel 4.19	Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Full Measurement Setelah Perbaikan	67
Tabel 4.20	Uji Normalitas.....	68
Tabel 4.21	Outlier	69
Tabel 4.22	Mahalanobis Distance.....	70
Tabel 4.23	Standardised Regression Weights.....	71
Tabel 4.24	Square Multiple Correlation	72
Tabel 4.25	Hasil Pengujian Hipotesis Berdasarkan Model SEM	73
Tabel 4.26	Pengaruh Langsung Antar Variabel Penelitian.....	75
Tabel 4.27	Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian	76
Tabel 4.28	Besar <i>Total Effect</i>	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Peringkat Merek Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan di Indonesia	2
Gambar 1.2 Rekapitulasi Industri kosmetik di Indonesia Tahun 2018	3
Gambar 2.1 Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang Produk kosmetik Merek Purbasari melalui <i>E-commerce</i> Shopee	33
Gambar 4.1 Output Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan.....	61
Gambar 4.2 Output Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	62
Gambar 4.3 Output Variabel Endogen Sebelum Perbaikan	63
Gambar 4.4 Output Variabel Endogen Setelah Perbaikan.....	64
Gambar 4.5 Full Measurement Model Sebelum Perbaikan.....	65
Gambar 4.6 Full Measurement Model Setelah Perbaikan	66
Gambar 4.7 Structural Equation Modelling.....	67