



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT  
BELI ULANG *E-COMMERCE* SHOPEE MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

**Skripsi**

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

**Disusun Oleh**

Gita Fitrotul Nurul Sifa

NIM : 2019-11-247

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

**2024**



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT  
BELI ULANG *E-COMMERCE* SHOPEE MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN 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

**Oleh**

Gita Fitrotul Nurul Sifa

NIM : 2019-11-247

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

**2024**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT  
BELI ULANG *E-COMMERCE* SHOPEE MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Gita Fitrotul Nurul Sifa

NIM : 201911247

Program Studi : Manajemen


Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, .....


Pembimbing I

Pembimbing II

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

  
**(Mira Meilia Marka, S.E., M.M)**  
NIDN. 0606058801

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen

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

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT  
BELI ULANG E-COMMERCE SHOPEE MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Gita Fitrotul Nurul Sifa

NIM : 201911247

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

Pembimbing I

  
**(Noor Indah Rahmawati, SE., M.M)**  
NIDN. 0024037701

  
**(Noor Indah Rahmawati, SE., M.M)**  
NIDN. 0024037701

Mengetahui

Dekan



  
**(Dr. Kertati Suekar, SE., M.M)**  
NIDN. 0616077304

Pembimbing II

  
**Mira Meilia Marka, S.E., M.M**  
NIDN. 0606058801

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S Al-Baqarah : 286)

### Persembahan :

1. Kedua orang tua saya Adi Purwanto dan Khipiyah yang telah mendukung penuh dan selalu mendoakan yang terbaik kepada putrinya yang berjuang untuk menyelesaikan skripsi.
2. Sahabat - sahabat saya yang memberikan semangat untuk penyelesaian skripsi ini.
3. Almamater dan semua rekan yang sudah membantu dan mendoakan saya untuk menyelesaikan skripsi.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang E-Commerce Shopee Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus)”**.

Penulis menyadari bahwa pada penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, untuk itu sebagai bentuk penghargaan kepada pihak yang telah mendukung, memberi bantuan, pengarahan, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus, sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I yang telah membantu dan memberi arahan dalam pengerjaan skripsi ini dari awal pengerjaan sampai selesai. Terimakasih atas ilmu, masukan dan motivasi yang telah diberikan.

4. Mira Meilia Marka, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu dan memberi arahan dalam pengerjaan skripsi ini dari awal pengerjaan sampai selesai. Terimakasih atas ilmu, masukan dan motivasi yang telah diberikan.
5. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
6. Kedua orang tua saya, Bapak Adi Purwanto dan Ibu Khipiyah yang selalu mendo'akan dan memberi dukungan agar tercapainya gelar S1 ini.
7. Teman seperjuangan saya (Septian, Auril, Iffa, Nilasari, Afdila) yang sudah membantu, selalu memberi dukungan, semangat dan motivasi.
8. Pemilik NIM 201951241 sebagai partner spesial saya, yang selalu memberi semangat tanpa mengenal lelah.

Penulis menyadari bahwa sepenuhnya penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan memberikan pengetahuan tambahan kepada para pembacanya.

Kudus, Februari 2024

**Gita Fitrotul Nurul Sifa**  
NIM.201911247

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT  
BELI ULANG *E-COMMERCE* SHOPEE MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

GITA FITROTUL NURUL SIFA

201911247

Pembimbing 1: Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M

2: Mira Meilia Marka, S.E., M.M

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

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli ulang *e-commerce* shopee melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi kasus pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Tahun Angkatan 2020 yang pernah melakukan pembelian produk di shopee. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SEM AMOS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

**Kata Kunci** : Harga, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang, Kepuasan Pelanggan.



***THE INFLUENCE OF PRODUCT PRICE AND QUALITY ON  
REPURCHASE INTEREST IN E-COMMERCE SHOPEE THROUGH  
CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE  
(CASE STUDY ON MANAGEMENT STUDENTS, FACULTY OF  
ECONOMICS AND BUSINESS, MURIA KUDUS UNIVERSITY)***

GITA FITROTUL NURUL SIFA

201911247

*Advisor* 1: Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M

2: Mira Meilia Marka, S.E., M.M

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

***ABSTRACT***

*This research was conducted to analyze the influence of price and product quality on shopee e-commerce repurchase interest through customer satisfaction as an intervening variable (case study of Management Students at the Faculty of Economics and Business, Muria Kudus University. The population in this study was Management Students at the Faculty of Economics and Business, University Muria Kudus Class of 2020 who had purchased products at Shopee. The sampling technique in this research used purposive sampling with a sample size of 100 respondents. Data collection for this research used the questionnaire method. Data analysis in this research used SEM AMOS 24. Results of this research shows the results that price has a positive and significant effect on customer satisfaction interest, product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, price has no effect on repurchase interest, product quality has a positive and significant effect on repurchase interest, customer satisfaction has a positive effect and significant impact on repurchase interest.*

***Keyword : Price, Product Quality, Repurchase Intention, Customer Satisfaction***

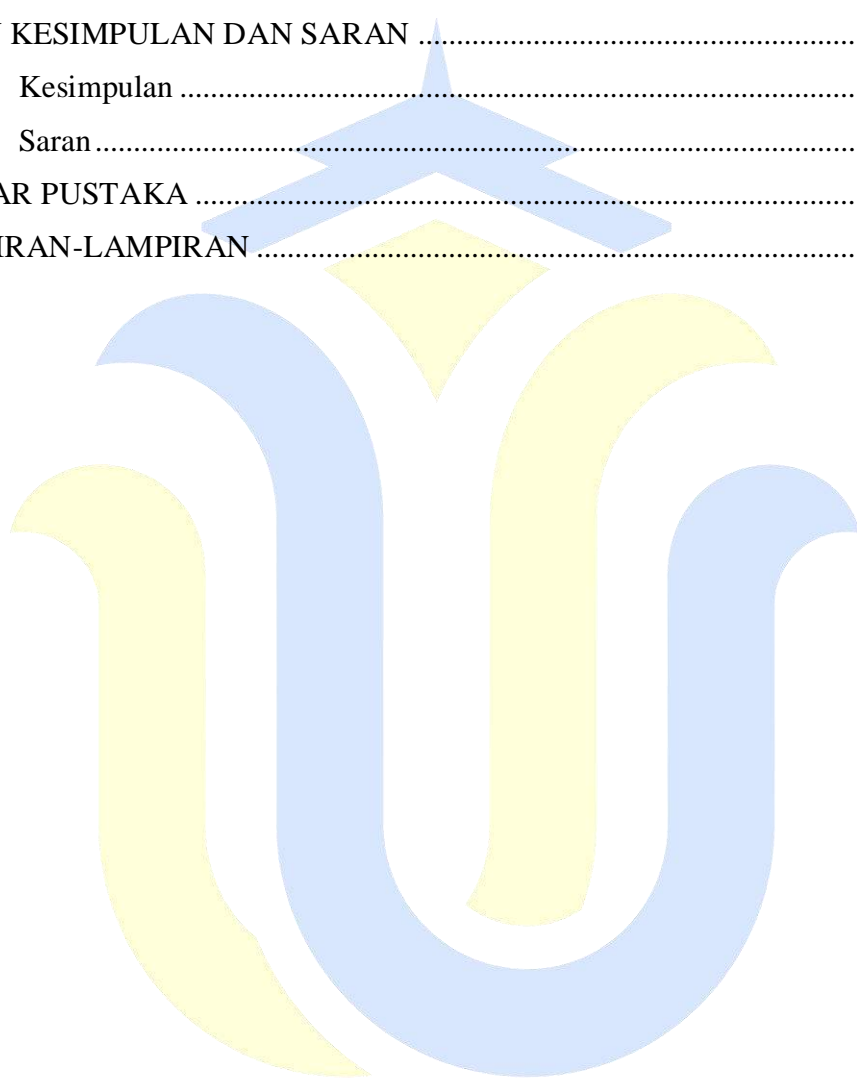
## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN SAMPUL .....	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 TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	8
1.3 Perumusan Masalah .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Harga.....	12
2.1.1 Pengertian Harga .....	12
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga .....	12
2.1.3 Indikator Harga.....	13
2.2 Kualitas Produk.....	14
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	16
2.2.3 Indikator Kualitas Produk .....	17
2.3 Kepuasan Pelanggan .....	19
2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	19
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	20
2.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	21

2.4	Minat Beli Ulang .....	22
2.4.1	Pengertian Minat Beli Ulang .....	22
2.4.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang .....	22
2.4.3	Indikator Mint Beli Ulang .....	24
2.5	Pengaruh Antar Variabel .....	26
2.5.1	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	26
2.5.2	Pengaruh Kulaitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	26
2.5.3	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang .....	27
2.5.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang .....	27
2.5.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang .....	28
2.6	Penelitian Tedahulu .....	29
2.7	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	36
2.8	Hipotesis.....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>39</b>
3.1	Rancangan Penelitian .....	39
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	39
3.2.1	Variabel Penelitian .....	39
3.2.2	Definisi Operasional .....	40
3.3	Jenis Dan Sumber Data .....	42
3.3.1	Jenis Data.....	42
3.3.2	Sumber Data .....	43
3.4	Populasi dan Sampel .....	43
3.4.1	Populasi.....	43
3.4.2	Sampel Penelitian.....	44
3.5	Pengumpulan Data.....	45
3.6	Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	46
3.6.1	Uji Validitas.....	46
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	46
3.7	Pengolahan Data .....	47
3.8	Analisis Data .....	48
3.8.1	Analisis Deskriptif .....	49
3.8.2	Analisis SEM.....	49

3.8.3	Uji Hipotesis.....	53
3.8.4	Uji Mediasi .....	53
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN .....	54
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
4.1.1	Gambaran Umum <i>E-Commerce</i> Shopee.....	54
4.1.2	Visi dan Misi <i>E-Commerce</i> Shopee .....	55
4.1.3	Struktur Organisasi Shopee .....	56
4.2	Penyajian Data .....	56
4.2.1	Deskripsi Responden.....	58
4.3	Uji Instrumen .....	61
4.4	Uji Normalitas.....	65
4.5	Uji Outlier .....	66
4.6	Analisis Data .....	66
4.7	Analisis konfirmatori.....	67
4.7.1	Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen.....	67
4.7.2	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen.....	69
4.7.3	Analisis Konfirmatori Variabel Endogen .....	70
4.7.4	Analisis Full Measurement .....	73
4.7.5	Analisis Structural Equation Modeling (SEM) Full Model.....	74
4.8	Uji Kausalitas (Regression Wight).....	76
4.9	Uji Hipotesis .....	79
4.10	Analisis Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung .....	80
4.11	Pembahasan.....	81
4.11.1	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan <i>E-Commerce</i> Shopee Pada Mahasiswa Manajemen FEB UMK. ....	81
4.11.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan <i>E-Commerce</i> Shopee Pada Mahasiswa Manajemen FEB UMK. ....	82
4.11.3	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang <i>E-Commerce</i> Shopee Pada Mahasiswa Manajemen FEB UMK.....	83
4.11.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang <i>E-Commerce</i> Shopee Pada Mahasiswa Manajemen FEB UMK. ....	84

4.11.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang <i>E-Commerce</i> Shopee Pada Mahasiswa Manajemen FEB UMK. ....	86
4.11.6 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan .....	86
4.11.7 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan .....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	89
5.1 Kesimpulan .....	89
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA .....	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	96



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Keluhan Konsumen Shopee.....	6
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Umur .....	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Jenis Kelamin .....	57
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Harga .....	58
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	59
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	60
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang.....	61
Tabel 4.7 Uji Convergent Validity Sebelum Perbaikan .....	62
Tabel 4.8 Uji Convergent Validity Setelah Perbaikan.....	62
<i>Tabel 4.9 Nilai Average Variance Extracted .....</i>	<i>63</i>
<i>Tabel 4.10 Nilai Discriminant Validity .....</i>	<i>64</i>
<i>Tabel 4.11 Nilai Construct Reliability .....</i>	<i>64</i>
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas .....	65
<i>Tabel 4.13 Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance).....</i>	<i>66</i>
Tabel 4.14 Evaluasi Goodness Of Fit Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan .....	68
Tabel 4.15 Evaluasi Goodness Of Fit Variabel Eksogen Setelah Perbaikan .....	69
Tabel 4.16 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen.....	69
Tabel 4.17 Evaluasi Goodness Of Fit Variabel Endogen Sebelum Perbaikan .....	71
Tabel 4.18 Evaluasi Goodness Of Fit Variabel Endogen Setelah Perbaikan .....	72
Tabel 4.19 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen Regression wights: (group number 1- default model) .....	72
<i>Tabel 4.20 Hasil Goodness Of Fit Full Measurement .....</i>	<i>73</i>
<i>Tabel 4.21 Hasil Goodness Of Fit Structural Equation Modeling (SEM) Full Model Sebelum Perbaikan .....</i>	<i>75</i>
<i>Tabel 4.22 Hasil Goodness Of Fit Structural Equation Modeling (SEM) Full Model Setelah Perbaikan .....</i>	<i>76</i>

<i>Tabel 4.23</i>	Regression Wight .....	76
<i>Tabel 4.24</i>	Standardized Regression Wight .....	77
<i>Tabel 4.25</i>	Koefisien Determinasi (Squared Multiple Correlation).....	78
<i>Tabel 4.26</i>	(Regression Wight) .....	79
<i>Tabel 4.27</i>	Besar <i>Total Effect</i> .....	80



## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

Grafik 1.1	Situs <i>E-commerce</i> Terbesar di Indonesia Periode November Tahun 2022.....	2
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	37
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Shopee Indonesia .....	56
Gambar 4.2	Struktur Operasional Tenaga Kerja Shopee .....	56
Gambar 4.3	Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan .....	67
Gambar 4.4	Analisis Konformatori Variabel Eksogen Setelah Perbaikan.....	68
Gambar 4.5	Analisis Konfirmatori Variabel Endogen Sebelum Perbaikan .....	70
Gambar 4.6	Analisis Konformatori Variabel Endogen Setelah Perbaikan .....	71
Gambar 4.7	Hasil Analisis Konfirmatori Full Measurement .....	73
Gambar 4.8	Hasil Structural Equation Modeling (SEM) Full Model Sebelum Perbaikan.....	74
Gambar 4.9	Hasil Structural Equation Modeling (SEM) Full Model Setelah Perbaikan .....	75