



**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA APLIKASI
BUKALAPAK DI KABUPATEN KUDUS**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh

Indah Putri Larasathi

NIM : 2020-11-077

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

2024

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA APLIKASI
BUKALAPAK DI KABUPATEN KUDUS**

Nama : INDAH PUTRI LARASATHI

NIM : 202011077

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

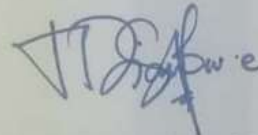
Kudus, 24 Januari 2024

Pembimbing I

Pembimbing II



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



Dian Wismar'ain, S.E., M.M
NIDN. 0612127702

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M
NIDN. 0024037701

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA APLIKASI
BUKALAPAK DI KABUPATEN KUDUS**

Nama : INDAH PUTRI LARASATHI
NIM : 202011077
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 20 Februari 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Pembimbing I



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M
NIDN. 0024037701



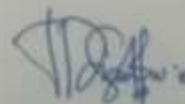
Mira Meilia Marka, S.E., M.M
NIDN. 0606058801

Mengetahui,
Dekan

Pembimbing II



Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M
NIDN. 0616077304



Dian Wisma'cin, S.E., M.M
NIDN. 0612127702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Wahai anak-anakku! Pergilah kamu, carilah (berita) tentang Yusuf dan saudaranya dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya yang berputus asa dari rahmat Allah, hanyalah orang-orang yang kafir."

(Q.S. Yusuf:87)

Persembahan :

1. Kedua orang tua tercinta
2. Keluarga terkasih
3. Orang tersayang
4. Sahabat tersayang
5. Teman – teman di Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Pertama-tama puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat, hidayah, serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Bukalapak Di Kabupaten Kudus”**. Skripsi ini menjadi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan kuliah di Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Banyak pihak yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, sehingga penulis sangat berterimakasih 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 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
4. Mira Meilia Marka, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing serta mengarahkan penulis mulai dari penyusunan skripsi hingga selesai dengan penuh kesabaran.
5. Dian Wismar'ain, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis hingga selesai.
6. Seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas ilmu dan layanan yang telah diberikan.

7. Kedua orang tuaku tercinta dan seluruh keluarga, yang telah memberikan do'a, dukungan, dan semangat baik dalam bentuk moral, material, maupun spiritual.
8. Orang tersayang yang telah sabar menemani, mendengarkan keluh kesah, dan membantu penulis dalam melewati setiap kesulitan dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
9. Sahabat – sahabatku yang selalu setia menyemangati.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulisan skripsi ini masih belum sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak.

Tanggal, 20 Februari 2024

Penulis,



Indah Putri Larasathi
NIM. 2020-11-077

ABSTRAK

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA APLIKASI BUKALAPAK DI KABUPATEN KUDUS

INDAH PUTRI LARASATHI

NIM. 2020-11-077

Dosen Pembimbing : 1. Mira Meilia Marka, S.E., M.M.
 2. Dian Wismar'ain, S.E., M.M.

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

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang pada pengguna aplikasi Bukalapak di Kabupaten Kudus. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan jenis penelitian *explanatory research*. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan 100 responden. Analisis data yang digunakan yaitu SEM melalui program AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kepercayaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, kepercayaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang, dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, serta kepuasan konsumen dapat menjadi variabel intervening pada pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: kemudahan penggunaan, kepercayaan, kepuasan konsumen, minat beli ulang

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF EASE OF USE AND TRUST ON REPURCHASE INTEREST THROUGH CONSUMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE ON BUKALAPAK APPLICATION USERS IN KUDUS DISTRICT

INDAH PUTRI LARASATHI

NIM. 2020-11-077

Supervisor : 1. Mira Meilia Marka, S.E., M.M.
 2. Dian Wismar'ain, S.E., M.M.

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

This study aims to analyze the influence of ease of use and trust on consumer satisfaction and repurchase interest among Bukalapak application users in Kudus Regency. The method used in this research is quantitative, with an explanatory research type. Sampling in this study used a purposive sampling technique with 100 respondents. The data analysis used is SEM through the AMOS program. The results of this study show that ease of use has a positive and significant effect on consumer satisfaction, trust has a negative and insignificant effect on consumer satisfaction, ease of use has a positive and significant effect on repurchase interest, trust has a negative and insignificant effect on repurchase interest, and consumer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase interest, and consumer satisfaction can be an intervening variable on the influence of ease of use and trust on repurchase intention.

Keywords: ease of use, trust, consumer satisfaction, repurchase interest

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	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.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Minat Beli Ulang	14
2.1.1 Pengertian Minat Beli Ulang.....	14
2.1.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang.....	14
2.1.3 Indikator Minat Beli Ulang	16
2.2 Kepuasan Konsumen	17
2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	17
2.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	18
2.2.3 Indikator Kepuasan Konsumen	19
2.3 Kemudahan Penggunaan	21
2.3.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan.....	21
2.3.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kemudahan Penggunaan....	21
2.3.3 Indikator Kemudahan Penggunaan	22
2.4 Kepercayaan	23
2.4.1 Pengertian Kepercayaan.....	23

2.4.2	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan.....	24
2.4.3	Indikator Kepercayaan	25
2.5	Pengaruh Antar Variabel	26
2.5.1	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen	26
2.5.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	27
2.5.3	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Ulang....	27
2.5.4	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang.....	28
2.5.5	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang	28
2.6	Penelitian Terdahulu.....	29
2.7	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	32
2.8	Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	Rancangan Penelitian	35
3.2	Variabel Penelitian	35
3.2.1	Variabel Penelitian	35
3.2.2	Definisi Operasional Variabel.....	36
3.2.3	Jenis dan Sumber Data	38
3.3	Populasi dan Sampel	39
3.3.1	Populasi	39
3.3.2	Sampel.....	39
3.4	Pengumpulan Data	40
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.5.1	Uji Validitas	40
3.5.2	Uji Reliabilitas	42
3.1	Pengolahan Data.....	42
3.6	Analisis Data	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.2	Penyajian Data.....	55
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55

4.2.2	Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.2.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
4.2.4	Deskripsi Variabel Penelitian.....	57
4.2.4.1	Statistik Deskriptif Kemudahan Penggunaan.....	57
4.2.4.2	Statistik Deskriptif Kepercayaan.....	58
4.2.4.3	Statistik Deskriptif Kepuasan Konsumen.....	59
4.2.4.4	Statistik Deskriptif Minat Beli Ulang.....	60
4.3	Analisis Data	61
4.3.1	Uji Instrument Data.....	61
4.3.1.1	Uji Validitas	61
4.3.1.2	Uji Reliabilitas.....	63
4.3.2	Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM.....	64
4.3.2.1	Uji Normalitas Data.....	64
4.3.2.2	Uji <i>Outlier</i>	65
4.3.2.3	Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen dan Endogen	66
4.3.2.4	Analisis Konfirmatori <i>Full Measurement</i>	74
4.3.2.5	Analisis Konfirmatori <i>Full Model SEM</i>	75
4.3.2.6	Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i>	76
4.3.2.7	Uji Hipotesis.....	78
4.3.2.8	Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total.....	81
4.4	Pembahasan	84
4.4.1	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen 84	
4.4.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	86
4.4.3	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Ulang....	86
4.4.4	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang.....	87
4.4.5	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang	88
4.4.6	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen.....	89
4.4.7	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen	90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
Lampiran - lampiran	108



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pelaku Usaha <i>E-commerce</i> di Indonesia.....	2
Tabel 1.2 <i>E-commerce</i> di Indonesia Tahun 2023	3
Tabel 1.3 Jumlah Pengunjung Aplikasi Bukalapak Tahun 2022 - 2023.....	4
Tabel 1.4 Keluhan Pengguna Terkait Kemudahan Penggunaan.....	6
Tabel 1.5 Keluhan Pengguna Terkait Kepercayaan.....	7
Tabel 3. 1 <i>Indeks Goodness Of Fit</i>	50
Tabel 4.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan	58
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan	59
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	60
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang	61
Tabel 4.8 Uji <i>Convergent Validity</i>	62
Tabel 4.9 Uji <i>Variannce Extracted</i> (AVE)	62
Tabel 4.10 Uji <i>Discriminant Validity</i>	63
Tabel 4.11 Uji <i>Construct Reliability</i> (CR).....	64
Tabel 4.12 Uji Normalitas Data	65
Tabel 4.13 <i>Mahalanobis d-squared</i>	66
Tabel 4.14 Evaluasi <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Endogen Sebelum Perbaikan	67
Tabel 4.15 Evaluasi <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Endogen Setelah Perbaikan	69
Tabel 4.16 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen.....	69
Tabel 4.17 Evaluasi <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan.....	71
Tabel 4.18 Evaluasi <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	72
Tabel 4.19 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	73
Tabel 4.20 Evaluasi <i>Goodness Of Fit Full Measurement</i>	74
Tabel 4.21 Evaluasi <i>Goodness Of Fit Full Model SEM</i>	76
Tabel 4.22 <i>Standardized Regression Weights</i>	77
Tabel 4.23 Nilai <i>Squared Multiple Correlation</i>	77
Tabel 4.24 <i>Regression Weights</i>	78

Tabel 4.25 Pengaruh Langsung Variabel Laten.....	82
Tabel 4.26 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten	83
Tabel 4.27 Pengaruh Total Variabel Laten	83



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Keluhan Pengguna Terkait Kepuasan Konsumen.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	33
Gambar 4.1 Pengujian Konfirmatori Endogen Sebelum Perbaikan Model	67
Gambar 4.2 Pengujian Konfirmatori Endogen Setelah Perbaikan Model	68
Gambar 4.3 Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan Model	70
Gambar 4.4 Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan Model.....	72
Gambar 4.5 Pengujian Konfirmatori Full Measurement	74
Gambar 4.6 Pengujian Konfirmatori Full Model SEM	75

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 <i>Screenshot</i> Bukti Keluhan Pengguna Aplikasi Bukalapak.....	108
Lampiran 2 Lembar Kuesioner	110
Lampiran 3 Data Hasil Kuesioner Responden	119
Lampiran 4 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	124
Lampiran 5 Hasil Analisis.....	128

