



**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
TOKOPEDIA**

**(STUDI PADA MAHASISWA PENGGUNA TOKOPEDIA DI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN FEB UNIVERSITAS MURIA
KUDUS ANGKATAN TAHUN 2019)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

AISYA DIANA REGINA WULANDARI

NIM : 201911464

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

2025



**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
TOKOPEDIA**

**(STUDI PADA MAHASISWA PENGGUNA TOKOPEDIA DI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN FEB UNIVERSITAS
MURIA KUDUS ANGKATAN TAHUN 2019)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

AISYA DIANA REGINA WULANDARI

NIM : 201911464

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

2025

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT
BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA TOKOPEDIA**

**(STUDI PADA MAHASISWA PENGGUNA TOKOPEDIA DI PROGRAM STUDI
MANAJEMEN FEB UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGKATAN TAHUN 2019)**

Nama : Aisya Diana Regina Wulandari

NIM : 201911464

Program Studi : Manajemen

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

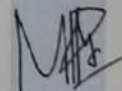
Kudus, 5 Desember 2024

Pembimbing I



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

Pembimbing II



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

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



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

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT
BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA TOKOPEDIA**

**(STUDI PADA MAHASISWA PENGGUNA TOKOPEDIA DI PROGRAM STUDI
MANAJEMEN FEB UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGKATAN TAHUN 2019)**

Nama : Aisya Diana Regina Wulandari
NIM : 201911464
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

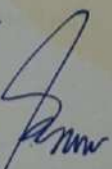
Pembimbing I


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


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

Mengetahui,

Pembimbing II



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


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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Diwajibkan atas kamu berperang, padahal itu tidak menyenangkan bagimu. Tetapi boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah maha mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui”

(Q.S Al-Baqarah 216)

“The hardest battle you ’re ever going you have to fight is the battle to be just you”

(Leo Buscaglia)

“It is impossible to live without failing at something, unless you live so cautiously that you might as well not have lived at all”

(J.K. Rowling)

PERSEMBAHAN:

1. Kakek Noor Hasyim dan Nenek almh. Kismatun tersayang yang senantiasa memberikan dukungan, kasih sayang, dan doa.
2. Orang tua tercinta, Bapak Nova Widiyanto dan Ibu almh. Aida Khistiana yang telah memberikan doa, semangat, dan bimbingan.
3. Almamater UMK.

KATA PENGANTAR

Segala puji kepada Allah SWT sang maha kuasa yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia Di Program Studi Manajemen FEB Universitas Muria Kudus Angkatan Tahun 2019)”**, ini disusun guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak memperoleh bimbingan dan saran dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Untuk itu, penulis menyampaikan terima kasih dan penghormatan 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, sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I.
4. Mira Meilia Marka, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar dan tenaga kependidikan dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan, serta kerjasama yang telah diberikan.
6. Kakek Noor Hasyim dan Nenek almh. Kismatun yang telah senantiasa memberikan kasih sayang dan dukungan untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

7. Orang tua penulis, Bapak Nova Widiyanto dan Ibu almh. Aida Khistiana yang telah memberikan segala kasih sayang dalam membesarkan dan membimbing penulis sehingga dapat berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini dan meraih mimpi kedepannya.
8. Diri penulis sendiri, yang sudah bertahan sejauh ini dan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dalam segala proses serta keadaan yang ada.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.

Sebagai manusia biasa, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, atas kesalahan dan kekurangan yang ada dalam penulisan skripsi ini, penulis memohon maaf dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan siapa saja yang membacanya.

Kudus, 22 Januari 2024

Penulis,



Aisya Diana Regina Wulandari

201911464.

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA TOKOPEDIA**

**(Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia Di Program Studi Manajemen
Feb Universitas Muria Kudus Angkatan Tahun 2019)**

AISYA DIANA REGINA WULANDARI

201911464

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 memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan kualitas produk terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Tokopedia (studi kasus pada mahasiswa pengguna Tokopedia di Program Studi Manajemen FEB Universitas Muria Kudus angkatan tahun 2019). Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Program Studi Manajemen FEB Universitas Muria Kudus angkatan tahun 2019 dengan minimal transaksi 2x dalam satu bulan di aplikasi Tokopedia berjumlah 100 orang responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah *purposive sampling* serta menggunakan analisis dari SEM AMOS 24. Adapun hasil dalam penelitian ini berupa: Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang, Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang, Kepuasan Pelanggan dapat memediasi hubungan antara Kepercayaan dengan Minat Beli Ulang, Kepuasan Pelanggan tidak dapat memediasi hubungan antara Kualitas Produk dengan Minat Beli Ulang.

Kata Kunci : kepercayaan, kualitas produk, kepuasan pelanggan, minat beli ulang.

**THE EFFECT OF TRUST AND PRODUCT QUALITY ON REPURCHASE
INTENTION THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN
INTERVENING VARIABLE ON TOKOPEDIA**

**(Study on Tokopedia Users in Management Study Program FEB Muria Kudus
University Class of 2019)**

AISYA DIANA REGINA WULANDARI

201911464

**Lecturers : 1. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M
2. Mira Meilia Marka, S.E., M.M**

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

**FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF
MANAGEMENT**

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of trust and product quality on repurchase intention through customer satisfaction as an intervening variable on Tokopedia (study on Tokopedia user students in Management Study Program FEB Universitas Muria Kudus Class of 2019). The sample in this study were active students of Management Study Program FEB Universitas Muria Kudus Class of 2019 with a minimum of 2x transactions in one month on the Tokopedia application totaling 100 respondents. The sampling technique used was purposive sampling and used analysis from SEM AMOS 24. The results of this study are: Trust has no influence effect on Repurchase Intention, Product Quality has a positive and significant effect on Repurchase Intention, Trust has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Product Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Repurchase Intention, Customer Satisfaction can mediate the relationship between Trust and Repurchase Intention, Customer Satisfaction can not mediate the relationship between Product Quality and Repurchase Intention.

Keywords : trust, product quality, customer satisfaction, repurchase intention.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	12
1.3 Perumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	16
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1 Tinjauan Pustaka.....	20
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	30
2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	33
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	36
2.5 Hipotesis	37

BAB II METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian.....	39
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	40
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	45
3.4 Populasi dan Sampel.....	46
3.5 Pengumpulan Data.....	48
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	50
3.7 Pengolahan Data.....	51
3.8 Analisis Data.....	52

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	64
4.2 Penyajian Data.....	68
4.3 Analisis Data.....	74
4.4 Pembahasan.....	99

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Saran.....	107

DAFTAR PUSTAKA.....	110
---------------------	-----

LAMPIRAN.....	116
---------------	-----

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data <i>top brand index e-commerce</i> di Indonesia Tahun 2021-2024....	5
Tabel 1.2 Data keluhan pelanggan Tokopedia.....	8
Tabel 1.3 Rata-rata jumlah konsumen pengunjung Tokopedia Tahun 2021-2024	11
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Umur	69
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	70
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	71
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	72
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang.....	73
Tabel 4.7 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	75
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	76
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	77
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	79
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Outliers</i>	80
Tabel 4.13 Hasil <i>Goodness of Fit</i> Model Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	82
Tabel 4.14 Hasil <i>Goodness of Fit</i> Model Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	83
Tabel 4.15 Hasil <i>Goodness of Fit</i> Model Variabel Endogen Sebelum Perbaikan	85
Tabel 4.16 Hasil <i>Goodness of Fit</i> Model Variabel Endogen Setelah Perbaikan	86
Tabel 4.17 Hasil <i>Goodness of Fit</i> Model <i>Full Measurement</i> Sebelum Perbaikan	88

Tabel 4.18	Hasil <i>Goodness of Fit</i> Model <i>Full Measurement</i> Setelah Perbaikan	89
Tabel 4.19	Hasil <i>Goodness of Fit Full Model</i>	91
Tabel 4.20	Hasil <i>Output</i> AMOS Persamaan Model Struktural.....	92
Tabel 4.21	Hasil <i>Output</i> AMOS Koefisien Determinasi	94
Tabel 4.22	Hasil <i>Output</i> AMOS Uji Hipotesis	95
Tabel 4.23	Hasil Estimasi Pengaruh Langsung.....	97
Tabel 4.24	Hasil Estimasi Pengaruh Tidak Langsung dan Total <i>Effect</i>	98

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah pengguna internet di Indonesia	2
Gambar 1.2 <i>Rating</i> aplikasi Tokopedia	6
Gambar 1.3 Ulasan aplikasi Tokopedia	7
Gambar 2.1 Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada Tokopedia (Studi pada mahasiswa pengguna Tokopedia di Program Studi Manajemen FEB Universitas Muria Kudus angkatan tahun 2019).....	37
Gambar 3.1 Diagram jalur (<i>Path Diagram</i>).....	53
Gambar 4.1 Logo Tokopedia	66
Gambar 4.2 Maskot Tokopedia	67
Gambar 4.3 Hasil Uji Kesesuaian Model Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	81
Gambar 4.4 Hasil Uji Kesesuaian Model Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	83
Gambar 4.5 Hasil Uji Kesesuaian Model Variabel Endogen Sebelum Perbaikan	84
Gambar 4.6 Hasil Uji Kesesuaian Model Variabel Endogen Setelah Perbaikan	86
Gambar 4.7 Hasil Uji Kesesuaian <i>Full Measurement</i> Sebelum Perbaikan.....	87
Gambar 4.8 Hasil Uji Kesesuaian <i>Full Measurement</i> Setelah Perbaikan.....	89
Gambar 4.9 Hasil Uji <i>Full Model</i>	90