



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

Oleh :

BAGAS KURNIAWAN

NIM 2021-11-322

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024



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

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

Oleh :
BAGAS KURNIAWAN
NIM 2021-11-322

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

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

Nama : Bagas Kurniawan

NIM : 202111322

Program Studi : Manajemen

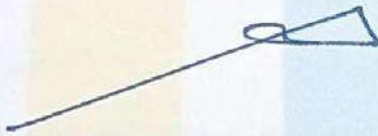
*Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus*

Kudus, 17.....Maret 2025

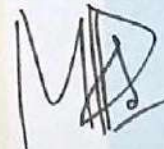
Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing



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



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

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

Nama : Bagas Kurniawan

NIM : 202111322

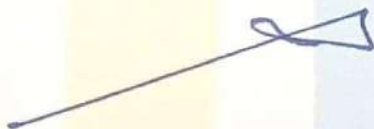
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 17 Maret 2025

Mengetahui

Ketua Program Studi



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

Pembimbing



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

Mengetahui,
Dekan



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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“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 mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui”

(Q.S. Al-Baqarah:216)

Persembahan :

1. Kedua orang tua tercinta
2. Keluarga
3. Orang tersayang
4. Teman-teman semuanya

KATA PENGANTAR

Pertama, penulis mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanana Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Kabupaten Kudus”**. Skripsi ini menjadi salah satu syarat dalam menamatkan pendidikan kuliah pada Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Banyak pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, seingga 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 yang telah membimbing serta mengarahkan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
5. Seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Binis Universitas Muria Kudus atas ilmu dan layanan yang telah diberikan dalam proses belajar penulis.
6. Kedua orang tuaku tercinta dan seluruh keluarga, yang telah memberikan dukung materi maupun sepiritual .

7. Orang tersayang yang telah sabar dalam menemani, mendengarkan keluhan, dan membantu penulis dalam melewati proses belajar hingga penyelesaian skripsi.
8. Teman-temanku yang selalu mendukung.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis.

Penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik maupun saran dari semua pihak.

Tanggal, 17 Maret 2025

Penulis,



Bagas Kurniawan
NIM. 2021-11-322

ABSTRAK**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA APLIKASI
LAZADA DI KABUPATEN KUDUS**

BAGAS KURNIAWAN
NIM. 2021-11-322

Dosen Pembimbing : Mira Meilia Marka, S.E., M.M.

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

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kemudahan penggunaan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada pengguna aplikasi Lazada di Kabupaten Kudus. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan jenis penelitian *explanatory reserach*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM menggunakan program AMOS. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, kepuasan konsumen tidak dapat menjadi variabel intervening pada hubungan kualitas layanan dan kemudahan penggunaan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: kualitas layanan, kemudahan penggunaan, kepuasan konsumen, minat beli ulang.

ABSTRACT***THE INFLUENCE SERVICE QUALITY AND EASE OF USE ON
REPURCHASE INTENTION THROUGH COSTOMER SATIFACTION AS
AN INTERVENING VARIABLE ON LAZADA APPLICATION USERS IN
KUDUS REGENCY***

BAGAS KURNIAWAN
NIM. 2021-11-322

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

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

This study aims to analyze the influence of service quality and ease of use on repurchase intention through customer satisfaction as an intervening variable among Lazada app users in Kudus Regency. The method used in this research is a quantitative method, with the type of research being explanatory research. The sample used in this study consisted of 100 respondents, selected using purposive sampling techniques. The data analysis employed in this study is SEM using the AMOS program. The results of this study indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, ease of use has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on repurchase intention, ease of use has a positive and significant effect on repurchase intention, satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intention, and customer satisfaction cannot be an intervening variable in the relationship between service quality and ease of use on repurchase intention.

Keyword: service quality, ease of use, costomer satisfaction, repurchase intention

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I.....	1
PENDHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	13
1.3 Perumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	16
BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Minat Beli Ulang.....	17
2.1.1 Pengertian Minat Beli Ulang.....	17
2.1.2 Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Minat Beli Ulang	17
2.1.3 Indikator Minat Beli Ulang	18
2.2 Kepuasan Konsumen	19
2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	19
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	20
2.2.3 Indikator Kepuasan Konsumen	21
2.3 Kualitas Layanan	22
2.3.1 Pengertian Kualitas Layanan	22
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan	22
2.3.3 Indikator Kualitas Layanan.....	23

2.4	Kemudahan Penggunaan.....	24
2.4.1	Pengertian Kemudahan Penggunaan.....	24
2.4.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemudahan Penggunaan	25
2.4.3	Indikator Kemudahan Penggunaan	25
2.5	Pengaruh Antar Variabel	26
2.5.1	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	26
2.5.2	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang.....	27
2.5.3	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	27
2.5.4	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Ulang	27
2.5.5	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang.....	28
2.6	Penelitian Terdahulu.....	28
2.7	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	31
2.8	Hipotesis	32
BAB III		34
METODE PENELITIAN.....		34
3.1	Rancangan Penelitian.....	34
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	34
3.2.1	Definisi Variabel Penelitian.....	34
3.2.2	Definisi Operasional Variabel	35
3.2.3	Jenis dan Sumber Data.....	37
3.3	Populasi dan Sampel	37
3.3.1	Populasi.....	37
3.3.2	Sampel.....	38
3.4	Pengumpulan Data	38
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
3.5.1	Uji Validitas.....	39
3.5.2	Uji Reliabilitas	40
3.6	Pengolahan Data	41
3.7	Analisis Data	42
BAB IV		54
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.....	55
4.2.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	56
4.2.4	Responden Berdasarkan Lokasi	57
4.2.5	Deskripsi Variabel Penelitian	58
4.2.5.1	Statistik Deskriptif Kualitas Layanan	58
4.2.5.2	Statistik Deskriptif Kemudahan Penggunaan.....	59
4.2.5.3	Statistik Deskriptif Kepuasan Konsumen	60
4.2.5.4	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>	73
4.3.2.5	Analisis Konfirmatori <i>Full Model SEM</i>	74
4.3.2.6	Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i>	75
4.3.2.7	Uji Hipotesis	76
4.3.2.8	Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total	79
4.4	Pembahasan.....	83
4.4.1	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	83
4.4.2	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen	84
4.4.3	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang.....	85
4.4.4	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Ulang	86
4.4.5	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang	87
4.4.6	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen	88
4.4.7	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen	89
BAB V		91
KESIMPULAN DAN SARAN		91
5.1	Kesimpulan	91
5.2	Saran	92

DAFTAR PUSTAKA.....	94
Lampiran – lampiran.....	102



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pengguna Internet Yang Menggunakan E-Commerce Di Indonesia tahun 2023	2
Tabel 1.2 E-Commerce Di Indonesia Tahun 2023	3
Tabel 1.3 Data Pengunjung Lazada Periode 2021-2023	3
Tabel 1.4 Keluhan Pengguna Aplikasi Lazada Terkait Kepuasan Konsumen	5
Tabel 1.5 Keluhan Pengguna Aplikasi Lazada Terkait Kualitas Layanan	7
Tabel 1.6 Keluhan Pengguna Aplikasi Lazada Terkait Kemudahan Penggunaan.	10
Tabel 3.1 Indeks Goodness Of Fit.....	50
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi	57
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Layanan	58
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan	59
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	60
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang	61
Tabel 4.9 Uji <i>Convergent Validity</i>	62
Tabel 4.10 Uji <i>Variance Extracted (AVE)</i>	62
Tabel 4.11 Uji <i>Discriminant Validity</i>	63
Tabel 4.12 Uji <i>Construct Reliability (CR)</i>	64
Tabel 4.13 Uji Normalitas Data	64

Tabel 4.14 <i>Mahalanobis d-squared</i>	65
Tabel 4.15 Evaluasi <i>Goodness Of Fit</i> Endogen Sebelum Perbaikan	66
Tabel 4.16 Evaluasi <i>Goodness Of Fit</i> Endogen Setelah Perbaikan.....	68
Tabel 4.17 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	68
Tabel 4.18 Evaluasi <i>Goodness Of Fit</i> Eksogen Sebelum Perbaikan	70
Tabel 4.19 Evaluasi <i>Goodness Of Fit</i> Eksogen Setelah Perbaikan	71
Tabel 4.20 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen.....	72
Tabel 4.21 Evaluasi <i>Goodness Of Fit</i> Full Measurement	73
Tabel 4.22 Evaluasi <i>Full Model Structural Equation Modelling</i>	75
Tabel 4.23 <i>Standadized Regression Weights</i>	75
Tabel 4.24 Nilai <i>Squared Multiple Correlation</i>	76
Tabel 4.25 <i>Regression Weights</i>	77
Tabel 4.26 Pengaruh Langsung Antar Variabel Laten.....	80
Tabel 4.27 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Laten.....	81
Tabel 4.28 Pengaruh Total Antar Variabel Laten	81
Tabel 4.29 Uji Mediasi.....	82

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening...	32
Gambar 4.1 Pengujian Konfirmatori Endogen Sebelum Perbaikan Model	66
Gambar 4.2 Pengujian Konfirmatori Endogen Setelah Perbaikan Model	68
Gambar 4.3 Pengujian Konfirmatori Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan.....	70
Gambar 4.4 Pengujian Konfirmatori Variabel Eksogen Setelah Perbaikan.....	71
Gambar 4.5 Pengujian Konfirmatori <i>Full Measurement</i>	73
Gambar 4.6 Pengujian Konfirmatori <i>Full Model Structural Equation Modelling</i>	74

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
lampiran 1 <i>Screenshot</i> Bukti Keluhan Pengguna Aplikasi Lazada	102
Lampiran 2 Lembar Kuisisioner	107
Lampiran 3 Data Hasil Kuisisioner Responden.....	114
Lampiran 4 Uji Validitas Dan Realibilitas	120
Lampiran 5 Hasil Analisis.....	124