

# **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang di *E-Commerce* Shopee**

Skripsi diajukan untuk melengkapi  
Persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Aldi Wahyudi

NPM: 41183402160122



Strata 1

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM "45"**

**FAKULTAS EKONOMI**

**BEKASI**

**2023**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan  
Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang di *E-Commerce* Shopee**

Tanggal : 18 Januari 2023

Oleh

Aldi Wahyudi

NPM: 41183402160122

Disetujui,

Pembimbing

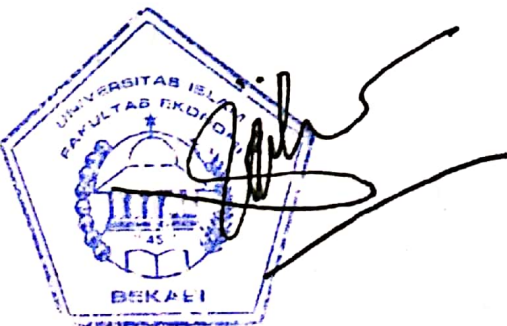


Isti Pujihastuti, S.E., M.E.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Isti Pujihastuti, S.E., M.E.



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

**LAMBA PENGESAHAN SKRIPSI**

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang di *E-Commerce* Shopee**

Tanggal : 25 Januari 2023

Oleh

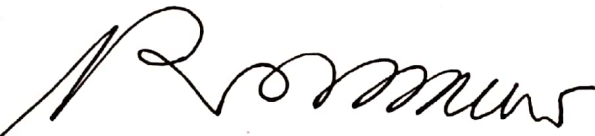
Aldi Wahyudi

NPM: 41183402160122

Diuji oleh,

Penguji I

Penguji II



Rusham, S.E., M.M.



Ria Marginingsih, S.E, M.B.A.

Mengetahui,

Pembimbing



Isti Pujihastuti, S.E., M.E.

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Isti Pujihastuti, S.E., M.E.



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aldi Wahyudi  
NPM : 41183402160122  
Judul Skripsi/Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan,Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang di *E-Commerce* Shopee

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana disuatu perguruan tinggi manapun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera pada daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari skripsi ini terbukti merupakan duplikat atau plagiarisme ataupun terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya akan bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi yang berlaku.

Demikian Lembar Pernyataan ini saya buat dengan sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 25 Januari 2023

Yang Menyatakan,



Aldi Wahyudi



## ABSTRAK

**Aldi Wahyudi (41183402160122)**

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang di *E-Commerce* Shopee

xiv + 147 halaman + 29 tabel + 2 gambar + 1 grafik + 16 lampiran

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang konsumen pada *E-Commerce* Shopee.

Populasi penelitian ini seseorang yang aktif menggunakan shopee. Sampel Penelitian ini seseorang yang aktif menggunakan shopee yang berjumlah 100 orang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-asosiatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan penyebaran kuesioner. Penentuan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling*. Untuk analisis data menggunakan uji statistik dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang di shopee. Hasil uji t (secara parsial) menunjukkan kualitas pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli ulang yang dibuktikan dengan hasil uji t diperoleh t-hitung  $\beta_1$  sebesar 0,141 dengan signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari standar *error* yang ditetapkan sebesar 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang. Kepercayaan ( $X_2$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli ulang dengan hasil uji t diperoleh t-hitung  $\beta_2$  adalah 0,225 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari standar *error* yang ditetapkan sebesar 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kepercayaan terhadap minat beli ulang. Sedangkan kepuasan pelanggan ( $X_3$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli ulang dengan hasil uji t diperoleh t-hitung  $\beta_3$  adalah 0,204 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari standar *error* yang ditetapkan sebesar 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang. Koefisien determinasi (*Adjusted R square*) pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang sebesar 0,510 atau 51%. Sedangkan sisanya 49% dipengaruhi oleh variabel atau faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka : 25 (2003-2020)

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmaanirrohiim.*

*Assalamualaikum wr. wb.*

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan ridho-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang di *E-Commerce* shopee”. Skripsi ini disusun guna melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan kelulusan studi pada Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang memberikan bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Isti Pujihastuti, S.E., M.E. selaku dosen pembimbing sekaligus dekan Fakultas Ekonomi yang dengan sabar dan bersemangat memberikan bimbingan, arahan, masukan, dan perhatian kepada penulis sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Ibu Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Dosen dan semua staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi yang telah memberikan pengetahuan dan bekal ilmu yang lebih baik.
4. Orang tua, Bapak Mukti dan Ibu Nengsih beserta kakak saya Didi Mulyadi yang telah memberikan dukungan baik secara moral maupun secara material, sehingga penulis dengan semangat dan motivasi yang besar, dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Untuk sahabat Manajemen C 2016 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
6. Untuk sahabat saya SMA IPS4 Dodi, Mardian, Riski, Yaya, Fajri, Silvia, Riska, Melinda dan Fidya terima kasih telah memberi dukungan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen 2016 yaitu Wahyu, Deni, Alga, Rido, Bagus, Tanaji, Kiki, Agung, Hasbi, Dara, Nurul, Devi, Risma, Mora, Dede, Imelda, Ainun yang selalu memberikan masukan, saran serta support dalam proses penyusunan skripsi.
8. Semua pihak yang telah membantu, memberikan semangat serta doa kepada penulis, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih banyak.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati, penulis mengharap saran dan kritik yang dapat membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

*Wassalamualaikum wr. wb.*

Bekasi, 2023

Penulis,

Aldi Wahyudi



## DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian dan Mamfaat penelitian.....	7
1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah.....	8
1.5 Sistematika Pelaporan.....	8

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Prilaku Konsumen .....	10
2.2 Minat Beli Ulang .....	10
2.3 Kualitas Pelayanan.....	11
2.4 Kepercayaan .....	11



2.5	Kepuasan pelanggan.....	12
2.6	Hubungan Antara Variabel.....	13
2.6.1	Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Minat Beli Ulang.....	13
2.6.2	Hubungan antara Kepercayaan dengan Minat Beli Ulang.....	13
2.6.3	Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dengan Minat Beli Ulang.....	14
2.7	Penelitian Terdahulu.....	14
2.8	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian.....	19
2.9	Hipotesis Penelitian.....	20

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian .....	22
3.1.1	Metode Penelitian yang Digunakan.....	22
3.1.2	Obyek dan Waktu Penelitian.....	22
3.1.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	22
3.1.4	Jenis Data dan Sumber Data.....	23
3.1.5	Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.2	Instrument Penelitian.....	25
3.2.1	Variabel Dependen.....	26
3.2.2	Variabel Independen .....	27
3.3	Teknik Analisis Data.....	29
3.3.1	Uji Validitas.....	29
3.3.2	Uji Reliabilitas.....	30
3.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	31
3.4.1	Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	32

## BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian.....	36
4.1.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	36
4.1.1.1	Visi dan Misi <i>E-Commerce</i> Shopee.....	37
4.1.2	Deksripsi Profil Responden.....	38
4.1.3	Deksripsi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	39
4.1.3.1	Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan(X1).....	40
4.1.3.2	Validitas Instrumen Kepercayaan (X2).....	41
4.1.3.3	Validitas Instrumen Kepuasan Konsumen(X3).....	42
4.1.3.4	Validitas Instrumen Minat Beli Ulang(Y).....	43
4.1.3.5	Hasil Uji Reliabilitas Insrumen.....	44
4.1.4	Deskripsi Analisis Data.....	44
4.1.4.1	Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	45
4.1.4.2	Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Kepercayaan (X2).....	47
4.1.4.3	Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Keputusan Pelanggan(X3).....	49
4.1.4.4	Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Minat Beli Ulang (Y) .....	50
4.1.5	Hasil Uji Statistik Deskripsi.....	53
4.1.6	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	54
4.1.6.1	Hasil Uji Normalitas.....	54
4.1.6.2	Hasil Uji Multikolinieritas.....	55

## BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian.....	36
4.1.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	36
4.1.1.1	Visi dan Misi <i>E-Commerce</i> Shopee.....	37
4.1.2	Deksripsi Profil Responden.....	38
4.1.3	Deksripsi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	39
4.1.3.1	Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan(X1).....	40
4.1.3.2	Validitas Instrumen Kepercayaan (X2).....	41
4.1.3.3	Validitas Instrumen Kepuasan Konsumen(X3).....	42
4.1.3.4	Validitas Instrumen Minat Beli Ulang(Y).....	43
4.1.3.5	Hasil Uji Reliabilitas Insrumen.....	44
4.1.4	Deskripsi Analisis Data.....	44
4.1.4.1	Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	45
1.1.4.2	Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Kepercayaan (X2).....	47
1.1.4.3	Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Keputusan Pelanggan(X3).....	49
4.1.4.4	Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Minat Beli Ulang (Y) .....	50
4.1.5	Hasil Uji Statistik Deskripsi.....	53
4.1.6	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	54
4.1.6.1	Hasil Uji Normalitas.....	54
4.1.6.2	Hasil Uji Multikolinieritas.....	55



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Peringkat 4 Besar <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	2
Tabel 1.2	Keluhan pelanggan pada <i>E-Commerce</i> Shopee.....	4
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.2	Alternatif Jawaban Kuesioner dengan Skala Likert.....	25
Tabel 4.1	Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2	Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.3	Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 4.4	Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ).....	40
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Kepercayaan ( $X_2$ ).....	41
Tabel 4.6	Validitas Instrumen Kepuasan Konsumen ( $X_3$ ).....	42
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Minat Beli Ulang (Y).....	43
Tabel 4.8	Hasil Uji Realibilitas Insrumen Penelitian .....	44
Tabel 4.9	Skor Jawaban Responden Tentang Kuaitas Pelayanan ( $X_1$ ).....	45
Tabel 4.10	Skor Jawaban Responden Tentang Kepercayaan ( $X_2$ ).....	47
Tabel 4.11	Skor Jawaban Responden Tentang Kepuasan Pelanggan ( $X_3$ ).....	49
Tabel 4.12	Skor Jawaban Responden Tentang Minat Beli Ulang ....(Y).....	51
Tabel 4.13	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	53
Tabel 4.14	Tabel Kolmogoros-Smirnov (K-S).....	55
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinieritas .....	56
Tabel 4.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57
Tabel 4.17	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	58
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	59
Tabel 4.19	Hasil Uji F (Anova).....	60
Tabel 4.20	Hasil Pengelahan Uji t.....	61
Tabel 4.21	Rekapitulasi Statistik.....	65



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 4.1	ShopeeFood.....	37

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1	Grafik <i>Normal Probability Plots</i> .....	54
------------	--	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Uji Coba Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 2	Hasil Jawaban Uji Coba Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas.....	95
Lampiran 4	Hasil Uji Realibilitas.....	102
Lampiran 5	Kuesioner Penelitian.....	106
Lampiran 6	Hasil Jawaban Responden.....	113
Lampiran 7	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	130
Lampiran 8	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	132
Lampiran 9	Tabel Nilai-Nilai Kritis untuk Korelasi R.....	134
Lampiran 10	Tabel Nilai-Nilai Untuk Distribusi t.....	135
Lampiran 11	Tabel Persentase Distribusi F.....	136
Lampiran 12	Gambar Keluhan pengguna shopee.....	137
Lampiran 13	Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi.....	139
Lampiran 14	Kartu Seminar Proposal Penelitian.....	141
Lampiran 15	Kartu Bimbingan Skripsi.....	142
Lampiran 16	Daftar Riwayat Hidup.....	143

## Aldi Wahyudi (2)

### ORIGINALITY REPORT

<b>32%</b>	<b>28%</b>	<b>16%</b>	<b>22%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>repository.stienobel-indonesia.ac.id</b> Internet Source	<b>4%</b>
<b>2</b>	<b>Submitted to Universitas Nasional</b> Student Paper	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Universitas Putera Batam</b> Student Paper	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>eprints.uny.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>etheses.uin-malang.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>eprints.iain-surakarta.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>repository.usd.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>eprints.walisongo.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>9</b>	<b>Submitted to Konsorsium PTS Indonesia - Small Campus</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>10</b>	<b>Submitted to Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>11</b>	<b>Submitted to Universitas Muria Kudus</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>12</b>	<b>repositori.usu.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>13</b>	<b>conference.binadarma.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>14</b>	<b>Submitted to Universitas Negeri Jakarta</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>15</b>	<b>digilibadmin.unismuh.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>