

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA *MARKETPLACE SHOPEE*

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh derajat

Sarjana Program Studi Manajemen



Anjas Krismiati

No. Mhs. 111801262

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA *MARKETPLACE SHOPEE*

Diajukan oleh:

Anjas Krismiati

No. Mhs. 111801262

Yogyakarta, 30 Desember 2021

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing,



Dra. Sri Ekanti Sabardini, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA *MARKETPLACE SHOPEE*

Skripsi ini telah dipertahankan dan sahkan di depan Dewan Penguji Jurusan
Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

tanggal: 24 Januari 2022

yang terdiri atas:

Ketua

Anggota



Dr. Anna Partina, M.Si



Dra. Sri Ekanti Sabardini, M.Si


PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: *Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening Pada Marketplace Shopee dan diajukan untuk diuji pada tanggal 28 Januari 2022* adalah hasil karya saya.

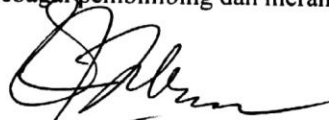
Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang seolah-olah saya akui sebagai tulisan sendiri atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut, baik sengaja maupun tidak disengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya nyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain, maka gelar sarjana dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 09 Januari 2022
yang memberi pernyataan

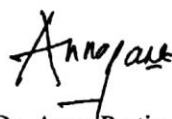
 Anjas Krismiati

Saksi 1, sebagai pembimbing dan merangkap sebagai anggota penguji:



Dra. Sri Ekanti Sabardini, M.Si

Saksi 2, sebagai ketua dosen penguji skripsi:



Dr. Anna Partina, M.Si

PERSEMBAHAN

Karya tulis ini kupersembahkan untuk:

1. Keluargaku tercinta yang selalu memberikan *support*, semangat dan do'a.
2. Teman baik Adysa Faturachmi, Nurvita Amelia, Aprila Dila, Alvina Damayanti, Iis Sri Mulya, Mila Vebriyani yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk tidak bermalas-malasan.
3. Teman seperjuangan Titi Suhesti, Putri Latifatul, Ningtyas Indraswari yang selalu bersedia bertukar pikiran.
4. Teman berjuang Andhika Nanda yang selalu mendampingi, memberikan semangat dan motivasi.

Terimakasih atas do'a, dukungan, semangat dan motivasi yang kalian berikan sampai saat ini. Semoga Allah membalas kebaikan kalian semua, aamiin.

MOTTO

“Jangan menjadi malas untuk sukses karena satu hari anda malas maka anda menunda satu hari untuk menuju sukses.”

-Anjas Krismiati-

“Jika kamu ingin hidup bahagia, terikatlah pada tujuan, bukan orang atau benda.”

-Albert Einstein-

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia serta hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA *MARKETPLACE SHOPEE*”. Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi syarat kelulusan pada Program Studi Strata Satu (S1) untuk Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara. Adapun tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, bimbingan, dorongan dan do'a dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Suparmono, M.Si selaku Ketua Umum Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara.
3. Ibu Dra. Sri Ekanti Sabardini, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan, arahan dan petunjuk dengan sabar dan terbuka kepada penulis.
4. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak penulis sebut satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik secara lisan maupun tulisan, karena adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki, oleh karena itu penulis mohon maaf. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh.

Yogyakarta, 01 Januari 2022

Penulis,

Anjas Krismiati

ABSTRAK

Shopee merupakan *marketplace online* yang digunakan untuk jual beli. Shopee memberikan pengalaman belanja *online* yang mudah, aman dan cepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use* terhadap *customer satisfaction*, pengaruh *perceived usefulness* terhadap *customer satisfaction*, pengaruh *perceived ease of use* terhadap *repurchase intention*, pengaruh *perceived usefulness* terhadap *repurchase intention*, pengaruh *customer satisfaction* terhadap *repurchase intention*, pengaruh tidak langsung *perceived ease of use* terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* dan pengaruh tidak langsung *perceived usefulness* terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* pada *marketplace* shopee. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 190 responden. *Software* yang digunakan yaitu *IBM SPSS 22.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, *perceived ease of use* berpengaruh secara tidak langsung terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction*, *perceived usefulness* berpengaruh secara tidak langsung terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction*.

Kata Kunci: *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *customer satisfaction*, *repurchase intention*

ABSTRACT

Shopee is an online marketplace that is used for buying and selling. Shopee provides an easy, safe and fast online shopping experience. This study aims to analyze the effect of perceived ease of use on customer satisfaction, the effect of perceived usefulness on customer satisfaction, the effect of perceived ease of use on repurchase intention, the effect of perceived usefulness on repurchase intention, the effect of customer satisfaction on repurchase intention, the indirect effect of perceived ease of use on repurchase intention through customer satisfaction and the indirect effect of perceived usefulness on repurchase intention through customer satisfaction in the shopee marketplace. The sampling method in this study was non-probability sampling using a purposive sampling technique with a total of 190 respondents. The software used is IBM SPSS 22.0. The results showed that perceived ease of use had a positive and significant effect on customer satisfaction, perceived usefulness had a positive and significant effect on customer satisfaction, perceived ease of use had a positive and significant effect on repurchase intention, perceived usefulness had a positive and significant effect on repurchase intention, customer satisfaction had a positive and significant effect on repurchase intention, perceived ease of use indirectly affect repurchase intention through customer satisfaction, perceived usefulness indirectly affects repurchase intention through customer satisfaction.

Keywords: perceived ease of use, perceived usefulness, customer satisfaction, repurchase intention

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI ..	Error! Bookmark not defined.
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	14
DAFTAR GAMBAR	15
DAFTAR LAMPIRAN.....	16
BAB I	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
B. Perumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
C. Batasan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
D. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
E. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
A. <i>Repurchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
B. TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>) ...	Error! Bookmark not defined.
C. <i>Perceived Ease of Use</i>	Error! Bookmark not defined.
D. <i>Perceived Usefulness</i>	Error! Bookmark not defined.
E. <i>Customer Satisfaction</i>	Error! Bookmark not defined.
F. Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
G. Hipotesis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1) Hubungan <i>Perceived Ease of Use</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	Error! Bookmark not defined.

2)	Hubungan <i>Perceived Usefulness</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	Error! Bookmark not defined.
3)	Hubungan <i>Perceived Ease of Use</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
4)	Hubungan <i>Perceived Usefulness</i> dengan <i>Repurchase Intention</i> ..	Error! Bookmark not defined.
5)	Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
6)	Hubungan <i>Perceived Ease of Use</i> dengan <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	Error! Bookmark not defined.
7)	Hubungan <i>Perceived Usefulness</i> dengan <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	Error! Bookmark not defined.
8)	Kerangka Berpikir.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
A.	Definisi Konsep.....	Error! Bookmark not defined.
1.	<i>Repurchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
2.	<i>Perceived Ease of Use</i>	Error! Bookmark not defined.
3.	<i>Perceived Usefulness</i>	Error! Bookmark not defined.
4.	<i>Customer Satisfaction</i>	Error! Bookmark not defined.
B.	Definisi Operasional.....	Error! Bookmark not defined.
C.	Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D.	Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
E.	Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
1.	Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
2.	Sampel	Error! Bookmark not defined.
F.	Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
G.	Uji Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
1.	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
2.	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
H.	Metode Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
1.	Uji Asumsi Dasar	Error! Bookmark not defined.
2.	Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
3.	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.

A.	Sejarah	Error! Bookmark not defined.
B.	Visi dan Misi	Error! Bookmark not defined.
C.	Produk Shopee.....	Error! Bookmark not defined.
D.	Fitur Shopee	Error! Bookmark not defined.
E.	Analisis data	Error! Bookmark not defined.
1.	Karakteristik Responden.....	Error! Bookmark not defined.
2.	Uji Instrumen	Error! Bookmark not defined.
3.	Uji Asumsi Dasar.....	Error! Bookmark not defined.
4.	Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
5.	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
8.	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V.....		Error! Bookmark not defined.
A.	Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
B.	Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Table 4.1 Karakteristik Responden	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	43
Table 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Sederhana PEOU terhadap CS	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Sederhana PU terhadap CS	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Sederhana PEOU terhadap RI.....	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Sederhana PU terhadap RI	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Sederhana CS terhadap RI.....	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Model I.....	56
Tabel 4.13 Model Summary.....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Model II.....	58
Tabel 4.15 Model Summary.....	58
Tabel 4.16 Data Uji <i>Sobel Test</i>	62
Tabel 4.17 Data Uji <i>Sobel Test</i>	63
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	64
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Regresi I.....	65
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Regresi II.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perhitungan Kunjungan Shopee	2
Gambar 2.1 Technology Acceptance Model (TAM)	13
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	24
Gambar 4.1 Analisis Jalur	60
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>Sobel Test</i>	62
Gambar 4.3 Hasil Uji <i>Sobel Test</i>	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	83
Lampiran 3 Uji Validitas.....	109
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	114
Lampiran 5 Uji Normalitas	115
Lampiran 6 Uji Multikolinearitas.....	115
Lampiran 7 Uji Heterokedastisitas.....	115
Lampiran 8 Uji <i>Path Analysis</i>	116
Lampiran 9 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	116
Lampiran 10 Uji <i>Sobel Test</i>	117
Lampiran 11 Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)	117