

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, E-SERVQUAL PADA
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI SITUS
TOKOPEDIA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2021**

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, *E-SERVQUAL* PADA
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI SITUS
TOKOPEDIA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2021**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bagus Setyo Prayogi

Nim : 1710411067

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, E-SERVQUAL PADA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI SITUS TOKOPEDIA** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan subtansi telah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 06 Mei 2021

Bagus Setyo Prayogi
NIM. 17.1041.1067

Persetujuan Skripsi



ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, E-SERVQUAL PADA
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI SITUS
TOKOPEDIA

Oleh :
BAGUS SETYO PRAYOGI
17.1041.1067

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Seno Sumowo, S.E.M.M



Dosen Pembimbing Pendamping : Nursaidah, S.E,M.M

PENGESAHAN

Skripsi bejedul **ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, E-SERVQUAL PADA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI SITUS TOKOPEDIA**, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Bagus Setyo Prayogi
Hari : Kamis
Tanggal : 06 Mei 2021
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Toni Herlambang, Dr., MM.
NIDN : 0701016904

Anggota 1,


Seno Sumowo, SE.MM
NIDN : 0717106601

Anggota 2,


Nursaidah, SE.MM
NIDN : 0701068503

Mengesahkan :




Maheni Ika Sari, SE.MM
NIP : 197708112005012001




Achmad Husan Hafidzi SE.MM
NPK : 1986051411703796

MOTTO

“Urip Iku Urup”

(Hidup itu menghidupi. Dalam hidup harus bisa menjadi manfaat bagi orang lain)

(Persaudaraan Setia Hati Terate)

"Education is not the learning of facts, but the training of the mind to think"
(Belajar bukanlah mempelajari sebuah fakta, tetapi melatih pikiran untuk berpikir)

(Albert Einstein)

“Wong nandur bakale ngunduh”

(Setiap kebaikan yang kamu berikan kepada orang lain, akan kembali kepadamu)

(Pepatah Jawa)

“Jadilah dirimu sendiri, orang lain tak akan mengerti bagaimana susahnya kita berusaha untuk tidak menyerah”

(Bagus Setyo Prayogi)

PERSEMPAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya, nikmat kesehatan, serta pemahaman dan kehadiran Allah Subhanhu Wata'ala atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ANALISIS PENGARUH CITRA MERK, HARGA, E-SERVQUAL PADA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI SITUS TOKOPEDIA, Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Allah SWT. yang telah memberikan segala nikmat yang takterhingga. Terima kasih atas ridho dan kehendak-Mu sehingga hamba-Mu ini dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Terima kasih kepada Bapak Dr. Hanafi M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember,
3. Terima kasih kepada Ibu Maheni Ika Sari, SE.,MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Terima kasih kepada Bapak Achmad Hasan Hafidzi, SE.,MM., selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Terima kasih kepada Bapak Toni Herlambang, Dr.,MM., selaku dosen pengaji, Bapak Seno Sumowo SE.MM., sebagai pembimbing utama dan ibu Nursaidah SE.MM., sebagai pembingbing pendamping skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tua Ayahanda Misyanto yang telah memberikan seluruh tenaga, usaha dan motivasinya dan Ibunda Ida Nur Santi yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan hati mencerahkan cinta, kasih saying serta doa beliau dan dukungan yang tiada pernah berhenti dalam penyusunan skripsi ini.
7. Yang telah menemani dan memberikan semangat setiap hari Erra Ayu Surfiana.
8. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan “INSC”, saudara-saudara tercinta Bagas Setyo Prayogi, Aditya Tri Firmanzah, M Nur Hakim, M Nuril Kurniawan, M Ubait Hisni, Resa Yova Ferdiansa, Achmad Toufiq Syahniar dan Yeremia Noviantono.
9. Teman-teman Manajemen B Angkatan 2017 yang telah memberikan waktu dan kebersamaan selama ini.
10. Almamater kebanggan saya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Semoga selalu jaya.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah Subhanhu Wata'ala atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, E-SERVQUAL PADA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI SITUS TOKOPEDIA, Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Allah SWT. yang telah memberikan segala nikmat yang takterhinggaa. Terimakasih atas ridho dan kehendak-Mu sehingga hamba-Mu ini dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Dr. Hanafi M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember,
3. Maheni Ika Sari, SE.,MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Achmad Hasan Hafidzi, SE.,MM., selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Toni Herlambang Dr.,MM., selaku dosen pengaji, Seno Sumowo SE.MM., sebagai pembimbing utama dan Nursaidah SE.MM., sebagai pembbingbing pendamping skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tua Ayahanda Misyanto dan Ibunda Ida Nur Santi yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan hati mencerahkan cinta, kasih sayang serta doa beliau dan dukungan yang tiada pernah berhenti dalam penyusunan skripsi ini.
7. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan masukan dan saran dari semua pihak agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jember , 06 Mei 2021

Bagus Setyo Prayogi

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Teori Manajemen Pemasaran	10
2.1.2 Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Strategi Pemasaran	11
2.1.4 <i>E-Commerce</i>	11
2.1.4.1 Manfaat <i>E-Commerce</i>	12
2.1.4.2 Transaksi <i>E-Commerce</i>	12
2.1.5 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	13
2.1.5.1 Indikator Citra Merek	14
2.1.6 Harga (<i>Price</i>).....	14
2.1.6.1 Tujuan Harga	15
2.1.7 <i>E-Servqual</i>	16
2.1.7.1 Indikator <i>E-Servqual</i>	17
2.1.8 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	18
2.1.9 Minat Beli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>).	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Konseptual	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Identifikasi Variabel	29
3.1.1 Variabel Bebas (<i>Independent</i>).....	29
3.1.2 Variabel Terikat (<i>Dependent</i>).	29
3.1.3 Variabel Antara (<i>Intervening</i>)	29

3.2 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.3 Desain Penelitian.....	31
3.4 Sumber Dan Jenis Data Penelitian	31
3.4.1 Data Primer	31
3.4.2 Data Sekunder	32
3.4.3 Jenis Data.....	32
3.5 Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.5.1 Populasi.....	32
3.5.2 Sampel	32
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.6 Teknik Pengambilan Data.....	33
3.7 Teknik Analisis Data.....	34
3.7.1 Uji Instrumen	34
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	35
3.7.3 Uji Normalitas Data.....	36
3.8 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	36
3.9 Pengujian Hipotesis (Uji t)	38
3.10 Perhitungan Jalur.....	38
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Tokopedia.....	40
4.1.1 Struktur Organisasi Tokopedia.....	41
4.2 Karakteristik Responden.....	43
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	44
4.3 Analisis Indeks Jawaban Responden.....	45
4.4 Hasil Penelitian	49
4.4.1 Uji Instrumen	49
4.4.1.1 Uji Validitas.....	49
4.4.1.2 Uji Reliabilitas	50
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	51
4.4.2.1 Uji Normalitas Model.....	51
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas	52
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	53
4.4.3 Uji Normalitas Data.....	54
4.4.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	54
4.4.5 Uji Hipotesis (Uji t)	56
4.4.6 Perhitungan Koefisien Jalur	58
4.5 Pembahasan	60
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna Internet Indonesia Tahun 2020	1
Tabel 1.2 E-Commerce Terbanyak dikunjungi di Indonesia Kuartal II (2020)	2
Tabel 1.3 E-Commerce Rating Terbanyak di Aplikasi Play Store (2020)....	3
Tabel 1.4 Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Tokopedia Di Jember 2020	4
Tabel 1.5 Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai Minat Beli Ulang Pada Pelanggan Tokopedia Di Jember 2021	5
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu yang relevan	19
Tabel 2.2 Penelitian terdahulu yang relevan	20
Tabel 2.3 Penelitian terdahulu yang relevan	21
Tabel 2.4 Penelitian terdahulu yang relevan	22
Tabel 2.5 Penelitian terdahulu yang relevan	23
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	44
Tabel 4.4 Citra Merek.....	45
Tabel 4.5 Harga	46
Tabel 4.6 <i>E-servqual</i>	47
Tabel 4.7 Kepuasan Pelanggan	48
Tabel 4.8 Minat Beli Ulang.....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Mutikolinearitas	52
Tabel 4.12 Uji Glejser Jalur Satu	53
Tabel 4.13 Uji Glejser Jalur Dua.....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas Data	54
Tabel 4.15 Hasil <i>Path Analysis</i>	54
Tabel 4.16 Hasil Uji t	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 3.1 <i>Semantic Differential Scale</i>	34
Gambar 3.2 Model Analisis Jalur.....	37
Gambar 4.1 Logo Tokopedia	40
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Tokopedia.....	41
Gambar 4.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	43
Gambar 4.4 Fekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Gambar 4.5 Frekuensi Responden Berdasarkan Pembelian.....	45
Gambar 4.6 Uji Normalitas Jalur Satu dengan P-Plot	51
Gambar 4.7 Uji Normalitas Jalur Dua dengan P-Plot.....	52
Gambar 4.8 Hasil Analisis Jalur.....	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	74
Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden Dan Frekuensi Jawaban Responden.....	82
Lampiran 3 Uji Instrumen.....	97
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik.....	103
Lampiran 5 Uji Normalitas Data	106
Lampiran 6 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	107
Lampiran 7 Uji Hipotesis (Uji t)	110

