

**PENGARUH *ONLINE TRUST*, *PRIOR ONLINE PURCHASE EXPERIENCE*
DAN *PROMOSI* TERHADAP *ONLINE REPURCHASE INTENTION*
PADA SHOPEE.CO.ID**

SKRIPSI



Oleh :

FIRDATUS AMALIA : 15312022

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK**

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunia, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian dengan judul “**Pengaruh *Online Trust, Prior Online Purchase Experience, dan Promosi Terhadap Online Repurchase Intention Pada Shopee.co.id***”. Disusun sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Gresik.

Peneliti menyadari dalam menyelesaikan proposal penelitian ini tidak terlepas dari bantuan pihak. Pada kesempatan ini perkenankanlah dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih:

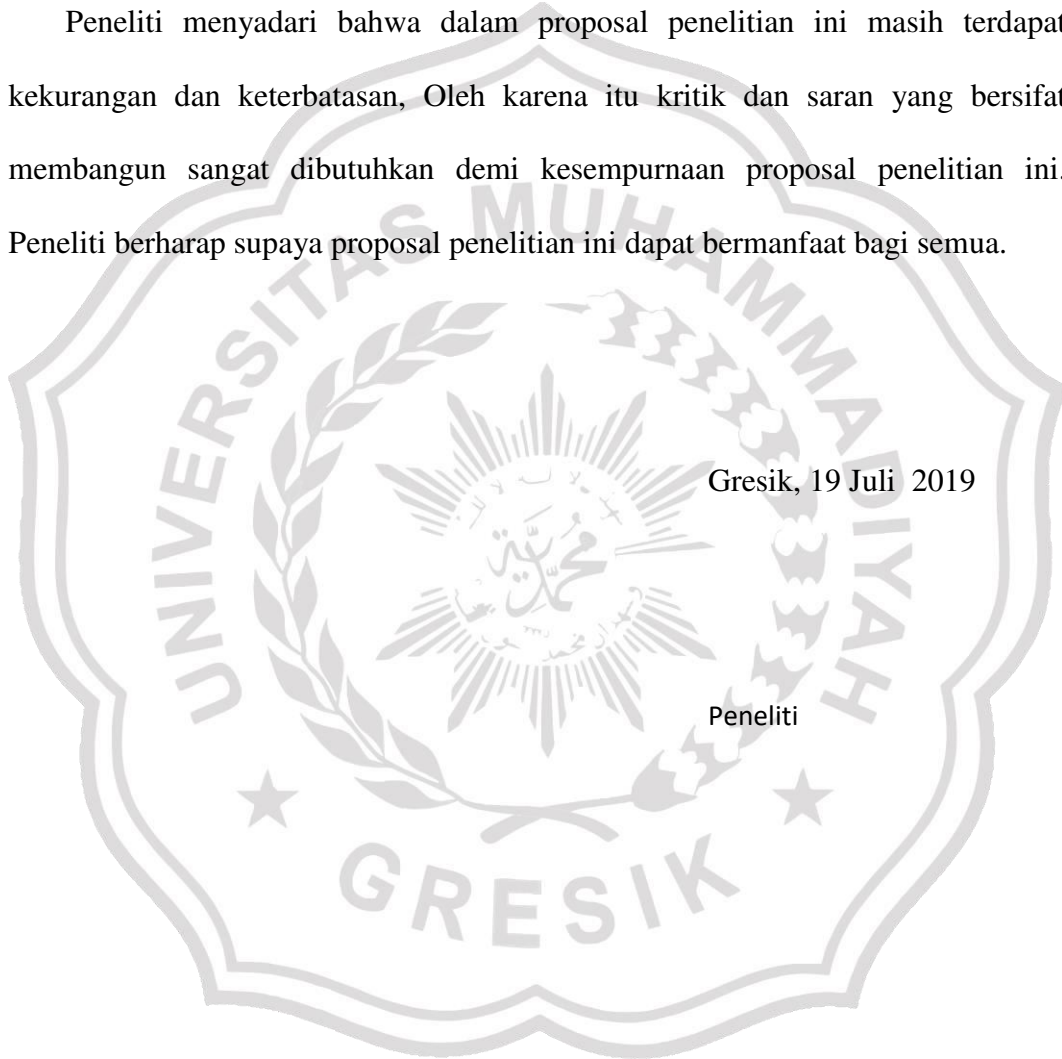
1. Prof. Dr. Ir. Setyo Budi, M.S, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Suwarno, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Anita Handayani, S.E., M.S.M, selaku Ka. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Sukaris, SE., M.S.M, selaku Dosen Pembimbing yang sabar dan telaten dalam menyampaikan bimbingannya.
5. Semua dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi peneliti.

6. Kedua Orang tua, kakak dan adik atas doa dan dukungannya yang tiada henti
7. Teman-teman Manajemen Pemasaran yang selalu memberi perhatian, doa, dan motivasi
8. Teman-teman se-angkatan Manajemen 2015 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas motivasinya.

Peneliti menyadari bahwa dalam proposal penelitian ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan, Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan demi kesempurnaan proposal penelitian ini. Peneliti berharap supaya proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua.

Gresik, 19 Juli 2019

Peneliti

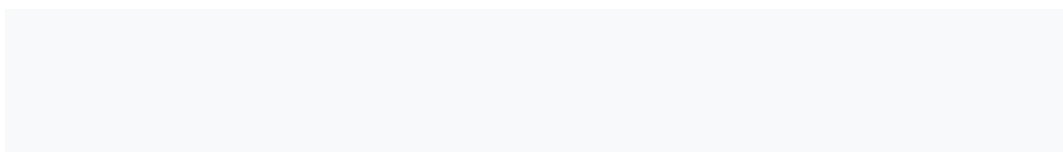


Firdatus Amalia,15312022 **Pengaruh *Online Trust, Prior Online Purchase Experience, dan Promosi, terhadap Online Repurchase Intention di shopee.co.id*** Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, Juni, 2019

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung Online Trust, Prior Online Purchase Experience, dan Promosi terhadap Online Repurchase Intention pada Shopee.co.id. Data penelitian menggunakan penyebaran kuisioner kepada 96 responden yang pernah melakukan transaksi di shopee. Pengujian menggunakan analisis regresi linier berganda pada SPSS. Hasil menunjukkan bahwa *online trust* berpengaruh terhadap *online repurchase intention*, *prior online purchase experience* berpengaruh terhadap *online repurchase intention*, promosi tidak berpengaruh terhadap *online repurchase intention*.

Kata Kunci : Online Trust, Prior Online Purchase Experience, Promosi, Online Repurchase Intention



Firdatus Amalia, 15312022 **The Effect of Online Trust, Prior Online Purchase Experience, and Promotion, toward Online Repurchase Intention at shopee.co.id** Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah Gresik University, June, 2019

Abstract

This study aims to determine the direct influence of Online Trust, Prior Online Purchase Experience, and Promotion on Online Repurchase Intention at Shopee.co.id. The research data used a questionnaire distribution to 96 respondents who had done transactions at shopee. The test uses multiple linear regression analysis on SPSS. The results show that online trust has an effect toward online repurchase intention, prior online purchase experience has an effect toward online repurchase intention, promotion has no significant effect on online repurchase intention.

Keywords: Online Trust, Prior Online Purchase Experience, Promotion, Online Repurchase Intention



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Pemasaran dan manajemen pemasaran	13
2.2.2 E-Commerce	13
2.2.3 Online Trust	15
2.2.4 Prior Online Purchase Experience	17
2.2.5 Promosi	18
2.2.6 Online Repurchase Intention.....	19
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	21
2.4 Kerangka Berfikir	23
2.5..Hipotesis.....	23

4.5.2 Koefisien Determinasi.....	53
4.5.3 Uji Hipotesis.....	54
4.6 Interpretasi Hasil.....	57
BAB V Kesimpulan dan Saran	
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

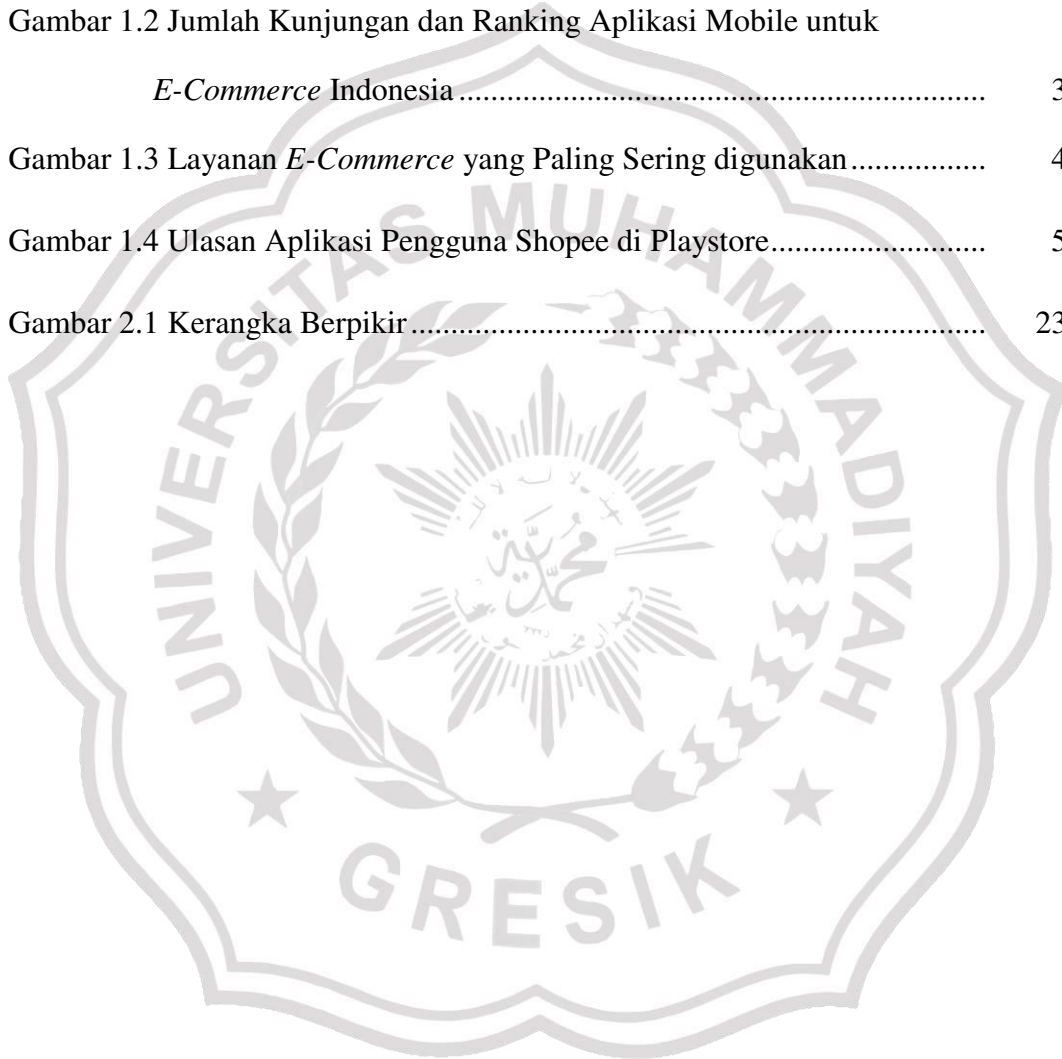
	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Skor Kuesioner	28
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	29
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	39
Tabel 4.2 Distribusi Usia Responden.....	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasar Pekerjaan	40
Tabel 4.4 Skala Tanggapan Responden	42
Tabel 4.5 Tanggapan Responden tentang <i>Online Trust</i>	42
Tabel 4.6 Tanggapan Responden tentang <i>Prior Online Purchase Experience</i>	43
Tabel 4.7 Tanggapan Responden tentang promosi	44
Tabel 4.8 Tanggapan Responden tentang <i>Online Repurchase Intention</i>	45
Tabel 4.9 Uji Validitas	47
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.11 Uji Normalitas.....	49
Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas	50

Tabel 4.13	Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4.14	Uji Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4.15	Koefisien Determinasi	54
Tabel 4.16	Hasil Uji t.....	55



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Perkembangan <i>E-Commerce</i> Indonesia tahun 2014-2018	2
Gambar 1.2 Jumlah Kunjungan dan Ranking Aplikasi Mobile untuk <i>E-Commerce</i> Indonesia	3
Gambar 1.3 Layanan <i>E-Commerce</i> yang Paling Sering digunakan.....	4
Gambar 1.4 Ulasan Aplikasi Pengguna Shopee di Playstore.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	23



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 3 Tabulasi Data Hasil Penelitian
- Lampiran 4 Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6 Data Uji Reliabilitas Instrumen
- Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 Analisis Linier Berganda
- Lampiran 9 Hasil Data Uji Hipotesis
- Lampiran 10 Tabel r
- Lampiran 11 Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 12 Surat Keterangan Bebas Plagiat