

**PENGARUH *COSTUMER EXPERIENCE*, *PERCEIVED VALUE*, DAN *COSTUMER SATISFACTION*  
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION***

**(Studi pada Pelanggan Marketplace Tokopedia di Jepara)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S 1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Disusun oleh:

**MUHAMMAD YUSRIL ALFAINI**  
**NIM. 181110002275**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA**  
**JEPARA**  
**2022**

## HALAMAN PERSETUJUAN

### PENGARUH *COSTUMER EXPERIENCE*, *PERCEIVED VALUE*, DAN *COSTUMER SATISFACTION* TERHADAP *REPURCHASE* *INTENTION*

(Studi pada Pelanggan Marketplace Tokopedia di Jepara)

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan di hadapan tim penguji sidang skripsi pada program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Nama : Muhammad Yusril Alfaini  
NIM : 181110002275  
Program Studi : Manajemen

Disetujui oleh pembimbing,

Pembimbing



(Nurul Komaryatin, S.E., M.Si.)

NIY. 1 701015 97 013

Tanggal: 13 Mei 2022

## HALAMAN PENGESAHAN

### PENGARUH *COSTUMER EXPERIENCE*, *PERCEIVED VALUE*, DAN *COSTUMER SATISFACTION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*

(Studi pada Pelanggan Marketplace Tokopedia di Jepara)

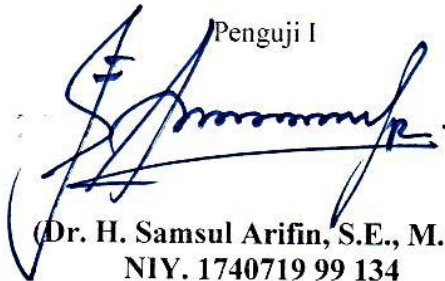
Nama : Muhammad Yusril Alfaini

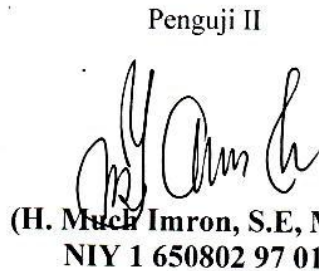
NIM : 181110002275

Program Studi : Manajemen


Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan penguji  
Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Nahdlatul ulama Jepara

Pada hari **Senin** tanggal **23 Mei 2022**.

Penguji I  
  
(Dr. H. Samsul Arifin, S.E., M.M.)  
NIY. 1740719 99 134

Penguji II  
  
(H. Much Imron, S.E, M.M.)  
NIY 1 650802 97 011

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
UNISNU Jepara  
  
(Dr. H. Noor Arifin, S.E., M.Si.)  
NIY. 1 680817 08 055

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

*“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.”*

**– QS Ar Rad 11**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari program S-1 jurusan Manajemen. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar Strata 1 (S-1) dari Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara maupun dari perguruan tinggi lainnya.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi berjudul: **“Pengaruh *Costumer Experience, Perceived Value, dan Costumer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention (Studi pada Pelanggan Maarketplace Tokopedia di Jepara)*”**.
2. Saya juga mengakui dan menyadari bahwa hasil karya akhir ini, dapat di selesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing saya yaitu Ibu **Hj. Nurul Komaryatin, S.E., M.Si.**

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima **PENCABUTAN GELAR AKADEMIK** yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Jepara, 13 Mei 2022



**Muhammad Yusril Alfaini**

**NIM. 181110002275**

## ABSTRAK

Penelitian ini didasari masalah Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi terwujudnya minat pembelian ulang (*repurchase intention*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Costumer Experience*, *Perceived Value*, dan *Costumer Satisfaction* serta variable depeden yaitu *Repurchase Intention* Studi pada Pelanggan *Maarketplace* Tokopedia di Jepara.

Populasi pada penelitian ini yaitu Pelanggan *Maarketplace* Tokopedia di Jepara, yaitu tidak diketahui secara pasti. dengan mengambil sampel responden melalui konsumen Tokopedia di Jepara sebanyak 96 Konsumen tkopedia. Jumlah sampel tersebut diambil menggunakan teknik *Non Probability Sampling* pengambilan secara acak.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Costumer Experience*, *Perceived Value*, dan *Costumer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* dikarenakan nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Nilai koefisien determinasi adalah sebesar 46,6% variasi dari *Repurchase Intention* di dalam penelitian dapat dijelaskan melalui regresi ini.

**Kata Kunci:** *Costumer Experience*, *Perceived Value*, *Costumer Satisfaction*, *Repurchase Intention*

## ABSTRACT

*This research is based on the problem of factors that can affect the realization of repurchase intention (repurchase intention). This study aims to analyze the influence of Customer Experience, Perceived Value, and Customer Satisfaction as well as the dependent variable, namely the Repurchase Intention Study on Tokopedia Marketplace customers in Jepara.*

*The population in this study is Tokopedia's Marketplace Customers in Jepara, which is not known for certain. by taking a sample of respondents through Tokopedia consumers in Jepara as many as 96 tokopedia consumers. The number of samples was taken using the Non Probability Sampling technique at random.*

*The results of this study indicate that the variables of Customer Experience, Perceived Value, and Customer Satisfaction have an effect on Repurchase Intention because the value of t count is greater than t table. The value of the coefficient of determination is 46.6%, the variation of the Repurchase Intention in the study can be explained through this regression.*

**Keywords:** *Customer Experience, Perceived Value, Customer Satisfaction, Repurchase Intention*

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkah dan rahmatnya, dan tidak pula junjungan kita Nabi Muhammad S.A.W sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh *Costumer Experience, Perceived Value, dan Costumer Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* (Studi pada Pelanggan *Maarketplace* Tokopedia di Jepara)”. Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta bimbingan maupun petunjuk dan saran dari semua pihak. Maka dari itu penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini khususnya :

1. Bapak Dr. H. Sa'dullah Assaidi, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
2. Bapak Dr. H. Noor Arifin, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
3. Bapak M. Yunies Edward, S.E., M.M. selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
4. Ibu Hj. Nurul Komaryatin, S.E., M.Si. selaku dosen yang berkenan memberikan saran serta kritik terselesainya karya tulis ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menjalani Studi di UNISNU Jepara.
6. Staff dan seluruh karyawan yang bertugas di UNISNU Jepara yang telah membantu dalam melancarkan terselesainya Skripsi ini dengan baik.
7. Seluruh responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
8. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan support dan doanya.



9. Kepada Konsumen tokopedia di Jepara yang telah memberikan waktu izin dan dukunganya serta wawasanya kepada penulis selama melakukan penelitian.
10. Serta seluruh pihak yang membantu dalam penyusunan Skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penyusunan karya tulis ini masih terdapat banyak kekurangan, kritik serta saran yang sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang, maka penulis mengucapkan terima kasih yang tak terkira, semoga karya tulis ini dapat berguna bagi pembaca.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Jepara, 13 Mei 2022

Penulis

  
**Muhammad Yusril Alfaini**

**NIM. 181110002275**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	12
1.3 Rumusan Masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 <i>Repurchase intention</i> (Niat Pembelian Kembali) .....	15

2.1.2	<i>Customer Experience</i> .....	18
2.1.3	<i>Perceived Value</i> .....	21
2.1.4	<i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan) .....	24
2.2	Penelitian Terdahulu .....	28
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis (KPT) .....	30
2.4	Perumusan Hipotesis .....	31
2.4.1	Hubungan <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> . ..	31
2.4.2	Hubungan <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> . .....	32
2.4.3	Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> . ..	33
BAB III METODE PENELITIAN .....		34
3.1	Jenis Penelitian .....	34
3.2	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel.....	34
3.2.1	Variable Penelitian .....	34
3.2.2	Definisi Operasional Variable.....	35
3.3	Data Dan Sumber Data.....	36
3.3.1	Jenis Data .....	36
3.3.2	Sumber Data.....	36
3.4	Populasi, Jumlah Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.4.1	Populasi .....	38
3.4.2	Sampel.....	38
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	39
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.6	Metode Pengolahan Data.....	41

3.7	Teknik Analisis Data .....	42
3.7.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	43
3.7.2	Uji Asumsi Klsik.....	43
3.7.3	Uji Regresi Linier Berganda .....	45
3.7.4	Uji Hipotesis .....	46
3.7.5	Uji Koefisien Determinasi .....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		49
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	49
4.1.1.	Gambaran Umum Tokopedia.....	49
4.2.	Deskripsi Responden.....	50
4.2.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur .....	51
4.2.3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	52
4.2.4.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	52
4.2.5.	Deskripsi Responden Berdasarkan Intensitas Belanja .....	53
4.3.	Diskripsi Variabel .....	53
4.3.1.	Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....	54
4.3.2.	Variabel <i>Costumer Experience</i> .....	54
4.3.3.	Variabel <i>Perceived Value</i> .....	55
4.3.4.	Variabel <i>Costumer Satisfaction</i> .....	55
4.4.	Analisis Data .....	56
4.4.1.	Uji Validitas .....	56
4.4.2.	Uji Reabilitas .....	57

4.5. Uji Asusmi Klasik .....	58
4.5.1. Uji Normalitas.....	58
4.5.2. Uji Heteroskedastitas .....	60
4.5.3. Uji Multikolonieritas.....	62
4.6. Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
4.7. Koefisien Determinasi.....	65
4.8. Uji Hipotesis.....	66
4.8.1. Uji Signifikan Simultan (Uji-F) .....	66
4.8.2. Uji Signifikan Parsial (Uji-t).....	67
4.9. Pembahasan.....	69
4.9.1. Pengaruh <i>Costumer Experience</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> ....	69
4.9.2. Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	71
4.9.3. Pengaruh <i>Costumer Satisfaction</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> ...	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	75
5.1 Kesimpulan .....	75
5.2 Saran .....	75
DAFTAR PUSTAKA .....	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	77

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Rata-Rata Pengunjung Perbulan Marketplace .....	3
Tabel 1. 2 Rata-rata Transaksi Bulanan Tokopedia.....	5
Tabel 1. 3 Pertumbuhan Pengguna <i>E-Commerce</i> di Kabupaten Jepara.....	6
Tabel 1. 4 Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai Kepuasan Pelanggan Tokopedia di Jepara .....	9
Tabel 1. 5 Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai Minat Beli Ulang Pelanggan Tokopedia di Jepara .....	10
Tabel 1. 5 <i>Research Gap</i> .....	11
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variable.....	35
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Likert.....	37
Tabel 3. 3 Distribusi Sampel.....	39
Tabel 4. 1 Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	50
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur .....	51
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	52
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	52
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Intensitas Belanja.....	53
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Repurchase Intention .....	54
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Costumer Experience.....	54
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Perceived Value.....	55
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Costumer Satisfaction.....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas .....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas .....	58
Tabel 4.13 Kolmogorov Smirnov .....	60
Tabel 4.14 Uji Glejser.....	62
Tabel 4.15 Uji Multikoloieritas.....	63
Tabel 4.16 Hasil Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.17 Nilai Koefisien Determinasi .....	65
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	66
Tabel 4.19 Hasil Uji t.....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	30
Gambar 3. 1 Kurva Penerimaan Hipotesis T .....	48
Gambar 3. 2 Kurva Penerimaan Hipotesis F.....	47
Gambar 4. 1 Grafik Normal Probability Plot.....	59
Gambar 4. 2 Scatterplot Uji Heteroskedastistas.....	61
Gambar 4. 3 Daerah Penerimaan Uji F-Simultan .....	67
Gambar 4.4 Daerah Penerimaan Uji Hipotesis 1 .....	68
Gambar 4.5 Daerah Penerimaan Uji Hipotesis 2 .....	68
Gambar 4. 6 Daerah Penerimaan Uji Hipotesis 3 .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 2. Karakteristik Responden .....	84
Lampiran 3. Jawaban Responden.....	89
Lampiran 4. Deskripsi Responden .....	95
Lampiran 5. Deskripsi Variabel .....	96
Lampiran 6. Uji Validitas & Reliabilitas .....	101
Lampiran 7. Uji Normasiltas.....	103
Lampiran 8. Uji Heteroskedastistas .....	104
Lampiran 9. Uji Multikolonieritas .....	105
Lampiran 10. Uji Regresi Linier Berganda.....	106
Lampiran 11. Uji Simultan (Uji-F) .....	107
Lampiran 12. Uji Parsial (Uji-t).....	108
Lampiran 13. Koefisien Determinasi .....	109
Lampiran 14. Tabel R .....	110
Lampiran 15. Tabel F-0,05 .....	111
Lampiran 16. Tabel T.....	112