

**“PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, ULASAN PRODUK, DAN
FOLLOWERS, TERHADAP NIAT BELI ULANG PAKAIAN
MUSLIM ASYADAILY DI SHOPEE *ONLINE*”**

SKRIPSI



NAMA : Dinda Lestari

NIM : 43119010132

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2023

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, ULASAN PRODUK, DAN *FOLLOWERS*,
TERHADAP NIAT BELI ULANG PAKAIAN MUSLIM ASYADAILY DI
SHOPEE *ONLINE***

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Dinda Lestari
NIM : 43119010132

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinda Lestari

Nim : 43119010132

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 25 Juni 2023



Dinda Lestari

NIM 43119010132

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dinda Lestari
NIM : 43119010132
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH E-SERVICE QUALITY, ULASAN PRODUK, DAN FOLLOWERS TERHADAP NIAT BELI ULANG PAKAIAN MUSLIM ASYADAILY DI SHOPEE ONLINE
Tanggal Sidang : 18 Oktober 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Hamdan, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10233205



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *E-Service Quality*, Ulasan Produk, dan *Followers* Terhadap Niat Beli Ulang Pakaian Muslim Asyadaily Di Shopee *Online*”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Hamdan, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, mengingatkan, mengarahkan, memberikan semangat, dan saran beserta motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun hingga selesai. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Febrina Mahliza, SE, M.Si selaku Ketua Penguji yang telah memberikan saran dan pengarahan kepada peneliti dalam penulisan skripsi.
5. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si selaku Penguji Utama yang telah memberikan saran dan pengarahan kepada peneliti dalam penulisan skripsi.
6. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmu dan bantuan administratifnya.
7. Kedua orang tua, Bapak Udin Delima dan Ibu Sri Ayu Lestari, atas doa dan

dukungannya baik secara moril maupun material.

8. Para senior khususnya untuk Kak Fitri Erfani dan Kak Ariandy Kurniawan yang selalu setia membantu, mengingatkan, serta memberikan semangat, dan motivasi.
9. Untuk kekasih saya Adriansyah Fadilah Kusuma, yang selalu sabar, setia, dan selalu memberikan dukungan serta saran dalam mengerjakan skripsi.
10. Sahabat-sahabat seperjuangan Mulia Rosantih, Alifia Putri, Elza Risma Damayanti, dan Wahyu Joko Purnomo yang selalu menyemangati dan memberikan saran dalam mengerjakan skripsi.
11. Seluruh teman-teman seperjuangan Manajemen S1 2019 atas bantuan dan motivasinya.
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan, semangat, serta doanya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya, akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam proposal ini.

Jakarta, 23 Juni 2022



Dinda Lestari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Kontribusi Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	15
A. Kajian Pustaka.....	15
1. Manajemen Pemasaran.....	15
a. Pengertian Manajemen Pemasaran	15
b. Fungsi Manajemen Pemasaran	16
2. Perilaku Konsumen	17
a. Pengertian Perilaku Konsumen.....	17
b. Faktor Faktor Perilaku Konsumen.....	18
3. <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i> dan <i>Theory of Planned Behaviour (TPB)</i>	20
4. <i>Technology Continuance Theory (TCT)</i>	21

5. Niat Beli Ulang.....	22
a. Pengertian Niat Beli Ulang	22
b. Indikator Niat Beli Ulang	23
6. <i>E-Service Quality</i>	24
a. Pengertian <i>E-Service Quality</i>	24
b. Indikator <i>E-Service Quality</i>	24
7. Ulasan Produk	25
a. Pengertian Ulasan Produk.....	25
b. Indikator Ulasan Produk	26
8. <i>Followers</i>	27
a. Pengertian <i>Followers</i>	27
b. Indikator <i>Followers</i>	28
B. Kajian Penelitian Terdahulu	29
C. Pengembangan Hipotesis.....	37
1. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Niat Beli Ulang	37
2. Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Niat Beli Ulang	37
3. Pengaruh <i>Followers</i> Terhadap Niat Beli Ulang	38
D. Kerangka Konseptual	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Waktu dan Tempat Penelitian	40
B. Desain Penelitian	40
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	41
1. Definisi Variabel	41
a. Variabel Independen	32
b. Variabel Dependen	43
2. Definisi Operasionalisasi Variabel	43
D. Skala Pengukuran Variabel	45
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	46
1. Populasi Penelitian	46

2. Sampel Penelitian	47
F. Metode Pengumpulan Data	48
G. Teknik Analisis Data	49
1. Analisis Deskriptif	49
2. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	57
B. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	58
1. Hasil Analisis Deskripsi Responden	58
2. Hasil Analisis Deskripsi Variabel	59
C. Hasil Analisis Data SEM-PLS	66
D. Pembahasan Hasil Penelitian	79
1. H1: Pengaruh <i>E-Service Quality</i> dan Signifikan Terhadap Niat Beli Ulang	79
2. H2: Pengaruh Ulasan Produk dan Signifikan Terhadap Niat Beli Ulang	80
3. H3: Pengaruh <i>Followers</i> dan Signifikan Terhadap Niat Beli Ulang	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran	84
1. Saran Bagi Perusahaan	84
2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk <i>Fashion (Online Shop Asyadaily)</i>	10
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	44
Tabel 3.2	Instrumen Skala Likert	46
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	58
Tabel 4.2	Usia Responden.....	59
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden	61
Tabel 4.4	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel E-Service Quality	62
Tabel 4.5	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ulasan Produk	63
Tabel 4.6	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Followers</i>	64
Tabel 4.7	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Beli Ulang.....	65
Tabel 4.8	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	68
Tabel 4.9	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	69
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	70
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Fornell Larcker Critetion</i>	71
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	72
Tabel 4.13	Hasil Uji Nilai VIF	73
Tabel 4.14	Hasil Uji Nilai <i>R-Square (R²)</i>	74
Tabel 4.15	Hasil Uji Nilai <i>F-Square (F²)</i>	75
Tabel 4.16	Hasil Uji <i>Q-Square (Q²)</i>	76
Tabel 4.17	Hasil Uji Hipotesis.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Penurunan Ekonomi Karena Pandemi (2020)	2
Gambar 1.2	Top 10 <i>E-Commerce</i> di Indonesia (2020)	3
Gambar 1.3	Data Penjualan Asyadaily (2021-2022).....	5
Gambar 1.4	Data Penjualan Pesaing (<i>Irmalaila Store</i> 2021-2022)	6
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	39
Gambar 4.1	Hasil Algoritma PLS	67
Gambar 4.2	Hasil Uji <i>P-Value Bootstrapping</i>	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Pra-Survei.....	92
Lampiran 2	Hasil Kuesioner Pra-Survey	93
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian.....	95
Lampiran 4	Hasil <i>Output</i> SPSS 26.....	103
Lampiran 5	Hasil SEM-PLS 3.0	106
Lampiran 6	Jawaban Responden.....	111

