

SKRIPSI
PENGARUH *ONLINE CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
PURCHASE INTENTION* DAN *REVISIT INTENTION
(STUDI PADA PENGUNJUNG SITUS
E-COMMERCE SHOPEE.CO.ID
DAN *TOKOPEDIA.COM*)



**Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

Oleh:

MUHAMMAD ALFIAN
2010312310049
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2024

LEMBAR LEGALITAS
PENGARUH *ONLINE CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
***PURCHASE INTENTION* DAN *REVISIT INTENTION* (STUDI**
PADA PENGUNJUNG SITUS E-COMMERCE
SHOPEE.CO.ID DAN TOKOPEDIA.COM)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

MUHAMMAD ALFIAN

NIM: 2010312310049

Telah Dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Tanggal 23 April 2024 dan
Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat untuk Diterima

Dosen Pembimbing



Dr. Nuril Huda, SE, MM

NIP. 19721021 199903 1 002

Penguji I



Drs. H. Ikhwan Faisal, Msi, Ak, CA
NIP. 19700209 199303 1 003

Penguji II



Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM
NIP. 19720909 199903 2 001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi S1 Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si

NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS


Nama : Muhammad Alfian
NIM : 2010312310049
Prodi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Penelitian : Pengaruh *Online Customer Experience* Terhadap *Purchase Intention* dan *Revisit Intention* (Studi Pada Pengunjung Situs *E-Commerce* Shopee.co.id dan Tokopedia.com)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Selasa, 23 April 2024
Waktu Ujian : 10.00 – 12.00 WITA

Tim Penguji

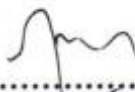
Pembimbing : Dr. Nuril Huda, SE, MM


(.....)

Penguji I : Drs. H. Ikhwan Faisal, M.Si, Ak, CA


(.....)

Penguji II : Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM


(.....)

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Muhammad Alfian
NIM : 2010312310049
Prodi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Penelitian : Pengaruh *Online Customer Experience* Terhadap *Purchase Intention* dan *Revisit Intention* (Studi Pada Pengunjung Situs *E-Commerce* Shopee.co.id dan Tokopedia.com)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Selasa, 23 April 2024
Waktu Ujian : 10.00 – 12.00 WITA
Disetujui oleh dosen pembimbing

Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Banjarmasin, 01 Mei 2024

Mahasiswa



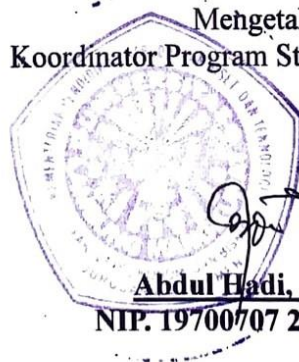
Muhammad Alfian
NIM. 2010312310049

Dosen Pembimbing



Dr. Nuril Huda, SE, MM
NIP. 19721021 199903 1 002

Mengetahui,
Koordinator Program Studi S1 Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

SURAT ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 01 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Alfian

NIM. 2010312310049

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Online Customer Experience* terhadap *Purchase Intention* dan *Revisit Intention* dengan Analisis *Second Order* (Studi Pada Pengunjung Situs *E-Commerce* Shopee.co.id dan Tokopedia.com)”.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat. Dalam pembuatan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan serta bimbingan kepada penulis. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Diri sendiri yang sudah mampu bertahan selama ini untuk menjalani kehidupan yang penuh hal tidak terduga. *Thank you for not giving up on me.*
2. Ibu Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si., CMA & Bapak Abdul Hadi, SE, MSc (Log) selaku Mantan dan Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan pedoman dan arahan dalam proses pengerjaan proposal dan skripsi.
3. Bapak Dr. Nuril Huda, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan dan saran dalam pengerjaan skripsi ini, sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
4. Bapak H. Ikhwan Faisal, SE, MSi, Ak, CA, ACPA. Dan Ibu Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM., selaku dosen penguji I dan penguji II yang telah meluangkan waktu untuk menguji dan memberikan masukan serta saran yang sangat membangun kepada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.

5. Seluruh civitas akademik di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat, khususnya Bapak M. Yudi Rahman, SE, MM selaku dosen PA yang telah sering berdiskusi, mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu yang bermanfaat untuk penulis.
6. Tania Afif dan Yunia Damayanti yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Game Valorant yang selalu menjadi teman distraksi dalam kekalutan saat mengerjakan skripsi ini. *“If you are not in good shoot today, don’t worry. There’s other ways to be useful.”* by Sova.
8. Nada, rekan satu bimbingan yang selalu menjadi teman diskusi tentang topik skripsi untuk hal-hal yang penulis tidak tahu atau ragu.
9. Serta pihak lainnya yang terlibat yang tidak dapat disebutkan satu persatu (soalnya lupa siapa saja) yang telah banyak membantu penulis selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan pihak lain yang membutuhkan.

Banjarmasin, 13 Maret 2024

Penulis,



Muhammad Alfian
NIM. 2010312310049

ABSTRACT

Muhammad Alfian (2024). The Influence of Online Customer Experience on Purchase Intention and Revisit Intention with Second Order Analysis (A Study on Visitors of E-Commerce Sites Shopee.co.id and Tokopedia.com). Advisor: Dr. Nuril Huda.

This study aims to analysis: (1) the influence of online customer experience on purchase intention. (2) the influence of online customer experience on revisit intention. And (3) the influence of purchase intention on revisit intention.

This research uses a quantitative method. The population and sample in this study are visitors of e-commerce sites Shopee.co.id and Tokopedia.com in Indonesia with range of aged over 18 years who have visited the e-commerce sites Shopee.co.id and Tokopedia.com. The sampling technique in this study is purposive sampling with a sample size of 230 respondents, which 115 respondents from Shopee.co.id and 115 respondents from Tokopedia.com. Data were analyzed with Second Order using Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Square (PLS).

The results of this study indicates that online customer experience has a positive and significant influence on purchase intention, online customer experience has a positive and significant influence on revisit intention, and purchase intention has a positive and significant influence on revisit intention.

Keywords: Online Customer Experience, Online Purchase Intention, Online Revisit Intention

ABSTRAK

Muhammad Alfian (2024). Pengaruh *Online Customer Experience* terhadap *Purchase Intention* dan *Revisit Intention* dengan Analisis *Second Order* (Studi Pada Pengunjung Situs *E-Commerce* Shopee.co.id dan Tokopedia.com). Pembimbing: Dr. Nuril Huda.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) pengaruh *online customer experience* terhadap *purchase intention*. (2) pengaruh *online customer experience* terhadap *revisit intention*. (3) pengaruh *purchase intention* terhadap *revisit intention*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah pengunjung situs *e-commerce* Shopee.co.id dan Tokopedia.com di Indonesia yang berusia 18 tahun ke atas yang pernah mengunjungi situs *e-commerce* Shopee.co.id dan Tokopedia.com. Teknik *sampling* dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 230 responden, 115 responden Shopee.co.id dan 115 responden Tokopedia.com. Data dianalisis dengan *Second Order* menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *online customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, *online customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*, dan *purchase intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*.

Kata Kunci: *Online Customer Experience*, *Online Purchase Intention*, *Online Revisit Intention*

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	1
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Sistematika Pembahasan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 <i>Customer Experience</i>	16
2.1.2 <i>Purchase Intention</i>	21
2.1.3 <i>Revisit Intention</i>	24
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	27
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN	32
3.1 Kerangka Konseptual Penelitian	32
3.2 Hipotesis Penelitian	32
3.2.1 <i>Online Customer Experience</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	32
3.2.2 <i>Online Customer Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	33
3.2.3 <i>Purchase Intention</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	34
BAB IV METODE PENELITIAN	35
4.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	35
4.2 Jenis Penelitian	35
4.3 Lokasi Penelitian	35
4.4 Unit Analisis	35

4.5	Populasi dan Sampel	35
4.5.1	Populasi	35
4.5.2	Sampel & Teknik Sampling	36
4.6	Definisi Operasional Variabel	38
4.6.1	Variabel Independen	38
4.6.2	Variabel Dependen	45
4.7	Teknik Pengumpulan Data	52
4.8	Teknik Analisis Data	53
4.8.1	Analisis <i>Second Order</i>	53
4.8.2	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	54
4.8.3	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	56
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS		59
5.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	59
5.1.1	Identitas Obyek Penelitian	59
5.1.2	Sejarah Singkat	59
5.1.3	Logo Shopee.co.id dan Tokopedia.com	60
5.2	Hasil dan Analisis	60
5.2.1	Karakteristik Responden	60
5.2.2	Deskripsi Statistik Variabel	66
5.2.3	Uji <i>Second Order</i> Tahap Pertama	77
5.2.4	Uji <i>Second Order</i> Tahap Kedua	86
5.2.5	Uji Pengaruh Tidak Langsung	95
5.2.6	Pembahasan Hasil Penelitian	96
5.2.7	Implikasi Hasil Penelitian	100
BAB VI PENUTUP		103
6.1	Kesimpulan	103
6.2	Saran	104
DAFTAR PUSTAKA		106
LAMPIRAN		111