

SKRIPSI

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, *EASE OF USE*, DAN *TRUST*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA PENGGUNA SHOPEE DI
KOTA BANJARMASIN**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Pada Program Studi Administrasi Bisnis**

Oleh :

GUSTI DEFFI ROYANTI

2010412220006



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, *EASE OF USE*, DAN *TRUST*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA PENGGUNA SHOPEE
DI KOTA BANJARMASIN

A. Nama Mahasiswa : Gusti Deffi Royanti
NIM : 2010412220006

B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

C. Tim Penguji:

a. Pembimbing

Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos, MM
NIP. 197604142001121003

(
.....)

b. Penguji I

Dr. Irwansyah, S.Sos, SH, M.Si
NIP. 197104201999031001

(
.....)

c. Penguji II

Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
NIP. 197401102000031001

(
.....)

Banjarmasin, 17 Juli 2024

Koordinator Program Studi
Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing

(
.....)

Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.A.B.
NIP. 197511052001122001

(
.....)

Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos, MM
NIP. 197604142001121003



Mengetahui
Dekan FISIP ULM

Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP. 19730122198021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 2839/UN8.1.13/KP.10.00/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara/i :

1. M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
2. Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
3. Dr. Taharuddin, S.Sos, MM

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung
Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Gusti Deffi Royanti
NIM : 2010412220006
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Experience*, *Ease of Use*, dan *Trust*
Terhadap *Repurchase Intention* Pada Pengguna Shopee di
Kota Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Selasa, 11 Juni 2024
J a m : 09.00 Wita s.d Selesai
T e m p a t : Ruang Sidang 2 (Gedung Lama FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 10 Juni 2024
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



Catatan :

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah."
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSrE





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Selasa tanggal 11 bulan Juni tahun 2024, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2839/UN8.1.13/KP.10.00/2024 tanggal 10 Juni 2024 untuk menguji skripsi :

Nama : Gusti Deffi Royanti
NIM : 2010412220006
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Experience, Ease of Use, dan Trust Terhadap Repurchase Intention* Pada Pengguna Shopee di Kota Banjarmasin
Tempat Ujian : Ruang Sidang 2 (Gedung Lama FISIP ULM)
Waktu Ujian : 09.00 Wita s.d Selesai
Nilai : 82 (A)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~



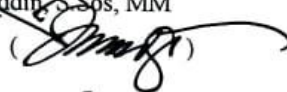
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 6 Juni 2024

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Gusti Deffi Royanti

1. Ketua : M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
()
2. Sekretaris : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
()
3. Anggota : Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
()

Mengetahui/membenarkan :
Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105 200112 2 001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan susunan skripsi ini. Skripsi ditulis dengan judul “Pengaruh *Customer Experience, Ease of Use, dan Trust Terhadap Repurchase Intention* Pada Pengguna Shopee di Kota Banjarmasin”. Skripsi ini ditulis sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S1) Administrasi Bisnis. Selesaiannya susunan skripsi ini tidak terlepas dari banyak bantuan dan dukungan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M. Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Dr. Fitriyadi, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dalam kegiatan akademik penulis.
5. Bapak Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan memberikan bimbingannya selama pembuatan sampai kepada terselesaikannya skripsi ini.

6. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos, SH, M.Si selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan saran dan arahan kepada penulis agar skripsi dan penelitian ini dapat lebih baik.
7. Bapak Dr. Taharuddin S.Sos, MM selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan saran dan arahan kepada penulis agar skripsi dan penelitian ini dapat lebih baik.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh Staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Program Studi Administrasi Bisnis yang telah membantu dan membimbing dalam hal administrasi.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan ridho-Nya atas dukungan serta bantuan yang telah diberikan. Penulis menyadari keterbatasan dalam pelaksanaan dan memiliki kekurangan saat penyusunan skripsi. Akhir kata, semoga penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya serta bagi pembaca.

Banjarmasin, 17 Juli 2024



Gusti Deffi Royanti

NIM. 2010412220006

PERSEMBAHAN

Saya panjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT teriring shalawat kepada Nabi Muhammad SAW sang pencerah dunia ini, atas terselesaikannya penulisan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ibu saya tercinta, ibu Muchariana Januarita. Terimakasih atas semua doa, dukungan, motivasi, serta nasehat yang telah dicurahkan kepada saya walaupun kadang pemikiran kita bertentangan. Beliau selalu menomor satukan anak-anaknya untuk dapat berpendidikan setinggi-tingginya. Beliau jugalah yang menjadi guru pertama dan alasan saya untuk selalu kuat hingga saat ini.
2. Bapak Gusti Muhammad Ikhsan yang saya cintai dan hormati, seseorang yang selalu mendoakan anak-anaknya untuk sukses dan mengusahakan yang terbaik untuk keluarganya. Terimakasih sudah memberikan dukungan baik moril serta materil kepada saya sehingga mampu untuk menyelesaikan studi hingga sarjana.
3. Kepada kakak saya terkasih, Gusti Maulida Julianita terima kasih telah memberikan semangat, dukungan dan motivasi dan senantiasa setia meluangkan waktunya untuk menjadi tempat singgah terbaik sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Untuk organisasi HIMABI, terimakasih sudah menjadi tempatku belajar mengenai dunia perkuliahan. Walaupun banyak rintangan, namun tetap menyenangkan sekali bisa menjadikan organisasi ini menjadi salah satu proses dalam dunia perkuliahan saya.

5. Untuk para sahabat-sahabat saya yang senantiasa menemani dan mendengarkan keluh kesah saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada sobat hebat (Adel, Ading, Cacac, Dedes Eka, Farah, dan Indry), Trip Japan (Adel Ading, Amad dan Indry), Terserah (Indy, Tuty Agnes), Beban Hidup (Puput, Putri, Indy) serta seluruh teman saya yang lainnya yang tidak bisa saya sebutkan, terimakasih dukungan dan doa kalian yang menyertai proses pembuatan skripsi.
6. Terakhir, untuk diri saya sendiri Gusti Deffi Royanti terima kasih sudah mau bertahan. Terimakasih untuk tidak menyerah dalam keadaan sesulit apapun selama ini. Mari kita buktikan bersama bahwa kita pantas untuk mendapatkan hal-hal baik yang ada di masa depan nantinya.

**PERNYATAAN
ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan maukan tim penguji
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka
4. Pertanyaan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku

Banjarmasin, 17 Juli 2024



Gusti Deffi Royanti
NIM: 2010412220006

ABSTRAK

Pengaruh *Customer Experience*, *Ease of Use*, dan *Trust* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Pengguna Shopee di Kota Banjarmasin, di bawah bimbingan: Muhammad Hasanur Arifin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Customer Experience*, *Ease of Use*, dan *Trust* terhadap *Repurchase Intention* pada Pengguna Shopee di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Sampel sebanyak 100 orang yang berdomisili di kota Banjarmasin, data dikumpulkan dengan kuesioner dan dianalisis dengan regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini membuktikan *Customer Experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* pada Pengguna Shopee di Kota Banjarmasin. *Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* pada Pengguna Shopee di Kota Banjarmasin. *Trust* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* pada Pengguna Shopee di Kota Banjarmasin. Serta *Customer Experience*, *Ease of Use*, dan *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* pada Pengguna Shopee di Kota Banjarmasin.

Kata Kunci: *Customer Experience*, *Ease of Use*, *Trust*, *Repurchase Intention*

ABSTRACT

The Influence of Customer Experience, Ease of Use, and Trust on Repurchase Intention Among Shopee Users in Banjarmasin, under the guidance of Muhammad Hasanur Arifin.

This study aims to determine the influence of Customer Experience, Ease of Use, and Trust on Repurchase Intention among Shopee users in Banjarmasin.

This research uses a quantitative approach with a survey design. The sample consists of 100 individuals residing in Banjarmasin. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression.

The results of this study demonstrate that Customer Experience does not have a significant effect on Repurchase Intention among Shopee users in Banjarmasin. Ease of Use does have a significant effect on Repurchase Intention among Shopee users in Banjarmasin. Trust does have a significant effect on Repurchase Intention among Shopee users in Banjarmasin. However, Customer Experience, Ease of Use, and Trust have a positive and significant effect on Repurchase Intention among Shopee users in Banjarmasin.

Keywords: *Customer Experience, Ease of Use, Trust, Repurchase Intention*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah:.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teoritis.....	17
2.1.1 Pemasaran.....	17
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	18
2.1.3 <i>Repurchase Intention</i>	22
2.1.4 <i>Customer Experience</i>	25
2.1.5 <i>Ease of Use</i>	29
2.1.6 <i>Trust</i>	31
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	41
2.3.1 Hipotesis Penelitian.....	41
2.3.2 Model Penelitian.....	48
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Pendekatan Penelitian.....	49

3.2 Desain Penelitian.....	49
3.3 Lokasi Penelitian.....	50
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling.....	50
3.5 Definisi Operasional Variabel	52
3.6 Teknik Pengumpulan Data	59
3.7 Teknik Analisis Data	59
1. Skala pengukuran	59
2. Deskripsi Statistik.....	60
3. Uji Validitas dan Reliabilitas	60
4. Uji Persyaratan analisis	62
3.8 Alat Uji Hipotesis	64
BAB IV HASIL PENELITIAN	67
4.1 Profil Responden	67
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.1.2 Berdasarkan Usia	68
4.1.3 Berdasarkan Domisili.....	68
4.1.4 Berdasarkan Pekerjaan	69
4.1.5 Berdasarkan Pendapatan	70
4.1.6 Berdasarkan Pengalaman Menggunakan Aplikasi Shopee	70
4.1.7 Berdasarkan Melakukan <i>Review</i> Aplikasi Shopee	71
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	71
4.2.1 Deskriptif Variabel <i>Customer Experience</i> (X1)	72
4.2.2 Deskriptif Variabel <i>Ease Of Use</i> (X2).....	75
4.2.3 Deskriptif Variabel <i>Trust</i> (X3)	77
4.2.4 Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y).....	80
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	82
4.3.1 Uji Validitas.....	82
4.3.2 Uji Reliabilitas	85
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	86
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	86
4.4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	88
4.4.3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	88

4.5 Uji Regresi Linear Berganda.....	89
4.6 Hasil Uji Hipotesis	91
4.6.1 Uji t (Parsial).....	91
4.6.2 Uji F (Simultan)	92
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	93
BAB V PEMBAHASAN HASIL	95
5.1 Pembahasan.....	95
5.1.1 Pengaruh <i>Customer Experience</i> (X1) Terhadap <i>Repurchase Intention</i> (Y).....	95
5.1.2 Pengaruh <i>Ease of Use</i> (X2) Terhadap <i>Repurchase Intention</i> (Y).....	96
5.1.3 Pengaruh <i>Trust</i> (X3) Terhadap <i>Repurchase Intention</i> (Y)	97
5.1.4 Pengaruh <i>Customer Experience</i> (X1) <i>Ease of Use</i> (X2) <i>Trust</i> (X3) Terhadap <i>Repurchase Intention</i> (Y)	98
5.2 Implikasi Hasil Penelitian	99
5.3 Keterbatasan Penelitian	103
BAB VI PENUTUP	104
6.1 Kesimpulan	104
6.2 Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	111
BIODATA	154

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Peringkat Unduhan Aplikasi Belanja <i>Online</i> pada Google Play Store....	6
Tabel 1. 2 Ulasan Pengguna Aplikasi Shopee Di Playstore	9
Tabel 1. 3 Faktor Dasar Pengalaman Belanja <i>Online</i>	13
Tabel 2. 1 Pemetaan Hasil Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	55
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert	59
Tabel 3. 3 Rentang Kategori Jawaban Responden	60
Tabel 3. 4 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	66
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	68
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Golongan Pekerjaan.....	69
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	70
Tabel 4. 6 Karakteristik Berdasarkan dari Menggunakan Aplikasi Shopee.....	70
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Melakukan <i>review</i> pada aplikasi Shopee	71
Tabel 4. 8 Jawaban Responden Butir X1 <i>Customer Experience</i> (X1)	72
Tabel 4. 9 Jawaban Responden Butir X2 <i>Ease of Use</i> (X2).....	75
Tabel 4. 10 Jawaban Responden Butir X3 Variabel <i>Trust</i> (X3)	77
Tabel 4. 11 Jawaban Responden Butir Y Variabel <i>Repurchase Intention</i>	80
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas	82
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	85
Tabel 4. 14 Uji Kolmogorov Smirnov.....	87
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	88
Tabel 4. 16 Uji Regresi Linear Berganda	89
Tabel 4. 17 Hasil Stastitik Secara Parsial (Uji-t).....	91
Tabel 4. 18 Hasil Statistik Secara Simultan (Uji F)	92
Tabel 4. 19 Hasil Koefisien Determinasi R^2	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Proyeksi Pertumbuhan Pengguna <i>E-commerce</i> di Indonesia	2
Gambar 1. 2 <i>E-Commerce</i> dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Januari-Desember 2023).....	7
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	86
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	87
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 2. 1 Hasil Tabulasi Variabel <i>Customer Experience</i> (X1).....	117
Lampiran 2. 2 Hasil Taulasi Variabel <i>Ease of Use</i> (X2)	120
Lampiran 2. 3 Hasil Tabulasi Variabel <i>Trust</i> (X3)	123
Lampiran 2. 4 Hasil Tabulasi Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y)	126
Lampiran 3. 1 Hasil Output Tabel Frekuensi Profil Responden	130
Lampiran 3. 2 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Experience</i> (X1)	133
Lampiran 3. 3 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Ease Of Use</i> (X2).....	135
Lampiran 3. 4 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Trust</i> (X3)	136
Lampiran 3. 5 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Reourchase Intention</i> (Y).....	138
Lampiran 3. 6 Uji Validitas <i>Customer Experience</i> (X1)	140
Lampiran 3. 7 Uji Validitas <i>Ease of Use</i> (X2)	142
Lampiran 3. 8 Uji Validitas <i>Trust</i> (X3)	143
Lampiran 3. 9 Uji Validitas <i>Repurchase Intention</i> (Y)	144
Lampiran 3. 10 Uji Reliabilitas <i>Customer Experience</i> (X1).....	145
Lampiran 3. 11 Uji Reliabilitas <i>Ease of Use</i> (X2)	145
Lampiran 3. 12 Uji Reliabilitas <i>Trust</i> (X3).....	145
Lampiran 3. 13 Uji Reliabilitas <i>Repurchase Intention</i> (Y).....	146
Lampiran 3. 14 Uji Asumsi Klasik	147
Lampiran 3. 15 Uji Regresi Linear Berganda	149
Lampiran 3. 16 Titik Presentase Distribusi t (df=41-80)	151
Lampiran 3. 17 Tabel R-Tabel.....	152
Lampiran 3. 18 Tabel F	153