

**TESIS**

***ANALISIS PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *DISCOUNT*,  
DAN *INTERACTIVITY* TERHADAP *REPURCHASE  
INTENTION* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA  
*LIVE STREAMING SHOPPING****

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister (S2)**

**Oleh:**

**SYARIFAH NADA FAUZANA**

**NIM. 2220420320066**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
BANJARMASIN  
2024**

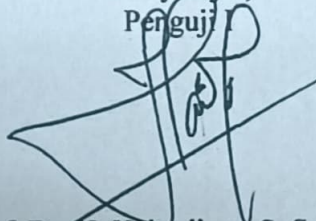
# LEMBAR PENGESAHAN TESIS

## **ANALISIS PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *DISCOUNT* DAN *INTERACTIVITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA *LIVE STREAMING SHOPPING***

Oleh:  
**SYARIFAH NADA FAUZANA**  
2220420320066

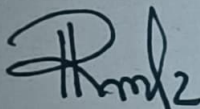
Telah disetujui, diuji dan disahkan, di Banjarmasin sebagai Tesis  
Pada Tanggal 05 Juli 2024

Menyetujui,  
Penguji I



Prof. Dr. H. Hairudinor, S. Sos., MM  
NIP. 19730616 199903 1 003

Penguji II



Dr. Irwansyah., S.Sos, M.Si  
NIP. 19710420 199903 1 001


Penguji III



Dr. Setio Utomo., S.Sos, M.AB  
NIP. 19760413 200012 1 002

Diketahui,

Koordinator  
Magister Administrasi Bisnis



Prof. Dr. H. Hairudinor, S. Sos., MM  
NIP. 19730616 199903 1 003

Dekan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S. Sos, M.Si  
NIP. 19730122 199802 1 001



Hari ini, Jumat, Tanggal: Lima, Bulan: Juli, Tahun: Dua Ribu Dua Puluh Empat, Semester Genap tahun 2023/2024, bahwa:

a. Dewan Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, dengan Surat Tugas Nomor: 1297 /UN8.1.13/KP/2024 tanggal 02 Juli 2024.

b. Telah melakukan pengujian tesis atas:

Nama Mahasiswa : Syarifah Nada Fauzana  
N I M : 2220420320066  
Waktu Ujian : Mulai, Jam: 14.00 dan Selesai Jam: 15.30 WITA  
Tempat : Gedung Pascasarjana ULM Lantai 3  
Nilai : 83,6, dengan konversi huruf: (A)  
Dinyatakan : (Lulus /Fidak Lulus)


Berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Program Studi Magister Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

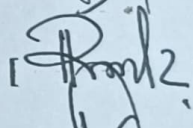
Dibuat di : Banjarmasin  
Pada Tanggal : 05 Juli 2024

Mahasiswa yang diuji,

(Syarifah Nada Fauzana)


Dewan Penguji:

1. Penguji I: Prof. Dr. Hairudinor, S.Sos, MM [  ]

2. Penguji II : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si [  ]

3. Penguji III : Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB [  ]

Mengetahui & Membenarkan:  
Koordinator

  
Prof. Dr. Hairudinor, S.Sos., MM  
NIP. 19730616 199903 1 003



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
PROGRAM PASCASARJANA**

**SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI**

NOMOR : 589/UN8.4/SE/2024

Sertifikat ini diberikan kepada:

**Syarifah Nada Fauzana**

Dengan Judul Tesis :

*Analisis Pengaruh Product Quality, Discount & Interactivity*

*terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction pada Live Streaming Shopping*

Telah dideteksi tingkat plagiasinya dengan kriteria toleransi  $\leq 20\%$ , dan dinyatakan Bebas dari Plagiasi.

Banjarmasin, 03 Oktober 2024  
Direktur,



Prof. Dr. Ir. Danang Biyatmoko, M.Si.  
NIP 196805071993031020



## ABSTRAK

**Syarifah Nada Fauzana, 2220420320066, 2024.** Pengaruh *Product Quality, Discount & Interactivity* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada *Live Streaming Shopping*, di bawah bimbingan Hairudinor.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara *Product Quality, Discount & Interactivity* dalam *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada *Live Streaming Shopping*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan tipe eksplanatory dan menggunakan metode analisis data SmartPLS dengan cara pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner kepada masyarakat Indonesia yang pernah belanja melalui platform *live streaming* dengan sampel sebanyak 113 responden.

Hasil pengujian ini membuktikan bahwa *Product Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. *Discount* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. *Interactivity* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. *Product Quality* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Repurchase Intention*. *Interactivity* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Dan *Product Quality, Discount & Interactivity* berpengaruh tidak langsung terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction*.

**Kata Kunci:** *Product Quality, Discount, Interactivity, Customer Satisfaction, Repurchase Intention.*

## ABSTRACT

**Syarifah Nada Fauzana, 2220420320066, 2024.** *The influence of Product Quality, Discount & Interactivity on Repurchase Intention through Customer Satisfaction on Live Streaming Shopping, under the guidance of Hairudinor.*

*This research aims to test and determine the direct and indirect influence between Product Quality, Discount & Interactivity on Repurchase Intention through Customer Satisfaction on Live Streaming Shopping.*

*This research uses quantitative research methods with an explanatory type and uses the SmartPLS data analysis method by collecting data through distributing questionnaires to Indonesian people who have shopped via live streaming platforms with a sample of 113 respondents.*

*The results of this test prove that Product Quality has a significant effect on Customer Satisfaction. Discounts have a significant effect on Customer Satisfaction. Interactivity has a significant effect on Customer Satisfaction. Product Quality has no significant effect on Repurchase Intention. Interactivity has no significant effect on Customer Satisfaction. Customer Satisfaction has a significant effect on Repurchase Intention. And Product Quality, Discount & Interactivity have an indirect effect on Repurchase Intention through Customer Satisfaction.*

**Keywords:** *Product Quality, Discount, Interactivity, Customer Satisfaction, Repurchase Intention.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas Rahmat, hidayah, dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Tak lupa pula, shalawat dan salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi teladan bagi umat manusia dalam segala aspek kehidupan.

Tesis ini merupakan hasil dari upaya penelitian dan eksplorasi penulis tentang pengaruh *Product Quality, Discount & Interactivity* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada *Live Streaming* sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Magister (S2) pada program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat terselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun materi dari berbagai pihak, maka dari itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain:

1. Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E, M.Si. Selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat;
2. Prof. Dr. H. Budi Suryadi, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat;
3. Prof. Dr. H. Hairudinor., S.Sos., MM selaku Koordinator Program Studi Magister Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosiasl dan Ilmu Politik

Universitas Lambung Mangkurat, sekaligus dosen Pembimbing yang selalu memberikan ilmu dan masukan serta motivasi kepada penulis agar terus bergerak untuk menyelesaikan tesis ini.

4. Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si. Selaku Dosen Penguji I yang telah banyak memberikan ilmu, masukan dan saran-saran dalam perbaikan tesis ini.
5. Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB. Selaku Dosen Penguji II yang telah banyak memberikan ilmu, masukan dan saran-saran dalam perbaikan tesis ini.
6. Seluruh Dosen Studi Magister Administrasi Bisnis FISIP ULM.
7. Seluruh Staf Akademik Program Studi Magister Administrasi Bisnis Universitas Lambung Mangkurat
8. Seluruh rekan – rekan mahasiswa Angkatan 2024 Program Studi Magister Administrasi Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
9. Orang Tua, Suami dan Anak tercinta yang selalu mendukung dan memberikan motivasi agar tesis dan perkuliahan ini dapat selesai.
10. Semua pihak yang turut serta memberikan dorongan serta semangat dalam menyelesaikan tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam materi maupun penyajian tesis ini, maka pengembangan dan penyempurnaan tesis ini akan sangat berguna bagi kita semua. Akhir kata, semoga tesis ini bermanfaat bagi kita semua.

Banjarmasin, 27 Juni 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR GRAFIK .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Pemasaran .....	11
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	14
2.1.3 <i>Live Streaming Shopping</i> .....	17
2.1.4 <i>Product Quality</i> .....	20
2.1.5 <i>Discount</i> .....	23
2.1.6 <i>Interactivity</i> .....	24
2.1.7 <i>Customer Satisfaction</i> .....	28
2.1.8 <i>Repurchase Intention</i> .....	29
2.2 Penelitian Terdahulu .....	31
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian .....	38
2.3.1 Hipotesis .....	38
2.3.2 Model Penelitian .....	43
BAB III METODE PENELITIAN .....	44
3.1 Pendekatan Penelitian .....	44
3.2 Desain Penelitian .....	44
3.3 Lokasi Penelitian .....	44
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penelitian .....	45
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	46
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.7 Teknik Analisis Data .....	54
3.7.1 Skala Pengukuran .....	54

3.7.2 Deskriptif Statistik .....	55
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	56
3.8 Alat Uji Hipotesis.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN .....	62
4.1 Profil Responden.....	62
4.1.1 Usia Responden.....	62
4.1.2 Jenis Kelamin Responden .....	63
4.2 Deskriptif Statistik .....	64
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	72
4.3.1 Pengujian <i>Outer Model</i> .....	72
4.3.2 Pengujian <i>Inner Model</i> .....	80
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis .....	84
BAB V PEMBAHASAN HASIL .....	89
5.1 Pembahasan.....	89
5.2 Implikasi Hasil Penelitian .....	97
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	101
BAB VI PENUTUP .....	102
6.1 Kesimpulan .....	102
6.2 Saran.....	103
6.2.1 Praktis.....	103
6.2.2 Akademis .....	104
DAFTAR PUSTAKA .....	105
LAMPIRAN.....	109
KUESIONER PENELITIAN.....	114

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	18
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	54
Tabel 3.2 Skala Likert.....	57
Tabel 3.3 Rentang Kategori Nilai Rata-Rata.....	62
Tabel 4.1 Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i> .....	65
Tabel 4.2 Deskriptif Variabel <i>Discount</i> .....	68
Tabel 4.3 Deskriptif Variabel <i>Interactivity</i> .....	70
Tabel 4.4 Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	71
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....	72
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	76
Tabel 4.7 Reliabilitas Komposit.....	77
Tabel 4.8 Cross Loading.....	77
Tabel 4.9 Reliabilitas Komposit.....	79
Tabel 4.10 Nilai R Square.....	80
Tabel 4.11 Q Square Model.....	80
Tabel 4.12 SRMR Model.....	81
Tabel 4.13 Multikolinearitas.....	81
Tabel 4.14 Hasil Uji Pengaruh Langsung.....	82
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis.....	84
Tabel 4.16 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung.....	86
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi.....	89

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Perbedaan antara konsep penjualan dan konsep pemasaran (Kotler & Armstrong, 2006).....	13
Gambar 2.2 4P dalam Marketing Mix (Kotler & Armstrong, 2006).....	14
Gambar 2.3 Penyusunan Atribut LSS (Minqin Yi, Ming Chen & Jilang Yang, 2024).....	20
Gambar 2.4 Model Penelitian.....	46
Gambar 4.1 Model Penelitian.....	74
Gambar 4.2 Hasil Estimasi Model SEM PLS <i>algorithm</i> .....	75
Gambar 4.3 Hasil Estimasi Model – Bootstrapping.....	82

## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik 4.1 Usia Responden.....	64
Grafik 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	65