

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK DAN
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG PADA APLIKASI SHOPEE
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH:

**MARIA ROSITA GAHARPUNG
2020410304**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS FLORES**

**ENDE
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

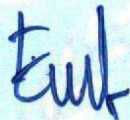
Nama : MARIA ROSITA GAHARPUNG
Nim : 2020410304
Judul : PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA APLIKASI SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

Ende, 18 Januari 2025

Telah Diuji dan Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Flores

Pembimbing I

Pembimbing II



Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 0814109101



Santy Permata Sari, S.AB.,MM
NIDN. 0829069001

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores



Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 0814109101

LEMBAR PENGESAHAN

Telah Diterima dan Disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Sabtu

Tanggal : 18 Januari 2025



Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Sc.
NIDN. 0826097401

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



Maria Endang Jamu, SE., MM
NIDN. 0814109101

Dewan Penguji:

1. **Lambertus Langga, SE., M.Sc**
NIDN. 0825077101
2. **Maria Helena Carolinda Dua Mea, SS., MM**
NIDN. 0831108301
3. **Stefanus Notan Tupen, S.Pd., M.Si**
NIDN: 0829069001
4. **Santy Permata Sari, S.AB., MM**
NIDN. 0829069001
5. **Maria Endang Jamu, SE., MM**
NIDN. 0814109101

1.
2.
3.
4.
5.



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul :“ **Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis)**” Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 18 Januari 2025 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. bila kemudian terbukti bahwa ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berati gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 18 Januari 2025

Yang Memberi Pernyataan



Maria Rosita Gaharpung

2020410304

MOTTO

"Tetapi orang-orang yang menanti-nantikan TUHAN mendapat kekuatan baru, mereka seumpama rajawali yang naik terbang dengan kekuatan sayapnya."

(Yesaya 40:31)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur, terima kasih dan penuh kerendahan hati skripsi ini dengan bangga saya persembahkan kepada:

1. Tuhan Yesus, Bunda Maria, karena segala berkat, anugerah dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Thomas Dede Gaharpung dan Mama Anna Ety yang selalu mendoakan, menasehati, memberikan dukungan, kasih sayang dan pengorbanan yang luar biasa untuk saya.
3. Untuk kakak Santi Gaharpung dan Satrio Gaharpung yang sangat saya sayangi yang selalu mendorong saya untuk selalu semangat
4. Untuk keluarga besar dan semua saudara/I saya yang selalu mendukung saya dan memberikan semangat
5. Kepada Dosen Pembimbing yang selalu setia membimbing dan mengarahkan penulis dalam menulis skripsi dengan penuh kesadaran dan perhatian
6. Untuk kakak Pedro Wangge yang saya sayangi dan sahabat saya Elsa Tei, Elfa Mardiana, Enci ora, Yoslinda Buba, Devid, rizal, anggia, No lanang, jhodi, adik Grace yang selalu menemani, berjuang bersama, memberikan semangat dan mendukung saya.
7. Untuk teman-teman Manajemen Angkatan 2020
8. Untuk Almamater tercinta Universitas Flores
9. Kepada diriku sendiri yang sudah kuat sampai saat ini, sudah mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan baik dari dalam maupun luar dan

selalu semangat, tidak pantang menyerah menghadapi berbagai rintangan demi proses yang dilalui, terima kasih diriku semoga tetap rendah hati dan selalu yakin bahwa kamu pasti bisa.

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur kehadiran Tuhan yang maha esa, karena penyertaannya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “ **Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis)**”. Skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan akademis untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Flores.

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan dukungan dan motivasi dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung untuk kelancaran penyusunan skripsi ini. Untuk itu dengan ketulusan hati, penulis menyatakan terima kasih yang mendalam kepada:

1. Ketua Yayasan Perguruan Tinggi Universitas Flores
2. Bapak Dr.Wilibrodus Lanamana,SE,MMA selaku Rektor dan para Wakil Rektor Universitas Flores
3. Bapak Dr. Rafael Oktavianus Byre,SE.,M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores dan Para Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores
4. Ibu Maria Endang Jamu,SE.,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

5. Ibu Maria Endang Jamu, SE., MM sebagai pembimbing I dan Ibu Santy Permata Sari, S.AB., MM sebagai pembimbing II yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua Bapak/Ibu Dosen yang telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan
7. Para penjasa yang telah membantu penulis dengan caranya masing-masing.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dalam pembuatan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu saran dan kritik yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan oleh penulis. Dan harapan dari penulis adalah bahwa semoga skripsi ini dapat memberi manfaat kepada pembaca pada umumnya.

Ende, Februari 2025

Penulis

ABSTRAK

Maria Rosita Gaharpung, 2025 “ Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis)” Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Flores Ende

Pembimbing I Maria Endang Jamu, SE., MM

Pembimbing II Santy Permata Sari, S.AB., MM

Penelitian ini bertujuan : 1) Untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee. 2) Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee. 3) Untuk mengetahui Pengaruh Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee. 4) Untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan Kuantitatif. Sampel penelitian ini berjumlah 93 orang mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis pengguna Aplikasi Shopee. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas, dan reliabilitasnya. Regresi linear berganda digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini.

Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) berdasarkan uji regresi variabel Kepercayaan (X_1) terhadap keputusan pembelian ulang pada aplikasi Shopee (Y), nilai t_{hitung} sebesar 4,622 jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikan 0,05 yaitu sebesar 1,986, artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,622 > 1,986$), dan memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,5$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima dan terbukti yaitu kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang pada aplikasi Shopee. 2) Hasil statistik uji regresi variabel Kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian ulang pada aplikasi Shopee (Y), nilai t_{hitung} sebesar 2,955 artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,955 > 1,986$), dan memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,5$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima dan terbukti yaitu kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang pada aplikasi Shopee. 3) Hasil statistik uji regresi variabel pelayanan (X_3) terhadap keputusan pembelian ulang pada aplikasi Shopee (Y), nilai t_{hitung} sebesar 5,085 artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,085 > 1,986$), dan memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,5$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima dan terbukti yaitu kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang pada aplikasi Shopee. Secara simultan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($42,136 > 2,71$) dan memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,5$ maka variabel kepercayaan, kualitas produk, dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang pada aplikasi Shopee.

Kata Kunci: *Kepercayaan, Kualitas Produk, Pelayanan, Keputusan Pembelian Ulang, Aplikasi Shopee*

ABSTRACT

Maria Rosita Gaharpung, 2025. "The Influence of Trust, Product Quality, and Service on Repurchase Decisions on the Shopee Application (A Case Study on Active Students of the Faculty of Economics and Business)." Undergraduate Thesis. Management Study Program. Faculty of Economics and Business. Universitas Flores Ende.

Supervisor I: Maria Endang Jamu, SE., MM

Supervisor II: Santy Permata Sari, S.AB., MM

This study aims to: 1) Determine the influence of trust on repurchase decisions on the Shopee application. 2) Determine the influence of product quality on repurchase decisions on the Shopee application. 3) Determine the influence of service on repurchase decisions on the Shopee application. 4) Determine the simultaneous influence of trust, product quality, and service on repurchase decisions on the Shopee application. This research employs a quantitative approach. The sample consists of 93 active students of the Faculty of Economics and Business who are users of the Shopee application. Data were collected using a questionnaire that had been tested for validity and reliability. Multiple linear regression was used to test the research hypotheses.

The analysis results show that: 1) Based on the regression test, the trust variable (X1) on repurchase decisions on the Shopee application (Y) has a t-value of 4.622. When compared with the t-table value at a significance level of 0.05 (1.986), it shows that $t\text{-value} > t\text{-table}$ ($4.622 > 1.986$) with a significance value of $0.000 < 0.05$. This indicates that the first hypothesis is accepted and proven, meaning trust significantly influences repurchase decisions on the Shopee application. 2) The regression test results for the product quality variable (X2) on repurchase decisions (Y) show a t-value of 2.955, meaning $t\text{-value} > t\text{-table}$ ($2.955 > 1.986$) with a significance value of $0.000 < 0.05$. Thus, the second hypothesis is accepted and proven, meaning product quality significantly influences repurchase decisions on the Shopee application. 3) The regression test results for the service variable (X3) on repurchase decisions (Y) show a t-value of 5.085, meaning $t\text{-value} > t\text{-table}$ ($5.085 > 1.986$) with a significance value of $0.000 < 0.05$. This indicates that the third hypothesis is accepted and proven, meaning service significantly influences repurchase decisions on the Shopee application. Simultaneously, the F-value $>$ F-table ($42.136 > 2.71$) with a significance value of $0.000 < 0.05$, indicating that trust, product quality, and service collectively have a significant influence on repurchase decisions on the Shopee application.

Keywords: Trust, Product Quality, Service, Repurchase Decision, Shopee Application

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10

2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.2 Perilaku konsumen	10
2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	10
2.1.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	11
2.1.3 Kepercayaan	14
2.1.3.1 Pengertian Kepercayaan	14
2.1.3.2 Indikator Kpercayaan	15
2.1.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan	16
2.1.4 Kualitas Produk	17
2.1.3.1 Pengerian Kualitas Produk	17
2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk.....	18
2.1.3.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	19
2.1.4 Pelayanan.....	21
2.1.4.1 Pengertian Pelayanan.....	21
2.1.4.3 Indikator Pelayanan	22
2.1.5 Keputusan Pembelian Ulang	23
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian Ulang	23
2.1.5.2 Proses Keputusan Pembelian Ulang	24
2.1.5.3 Indikator Keputusan Pembelian Ulang.....	26

2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Hipotesis	
2.3.1 Pengaruh Kepercayaan (X1) dan Keputusan Pembelian Ulang (Y)	29
2.3.2 Kualitas produk (X2) dan Keputusan Pembelian Ulang (Y).....	30
2.3.2 Pengaruh pelayanan (X3) dan Keputusan Pembelian Ulang (Y)	31
2.4 Kerangka Berpikir	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Lokasi Penelitian	33
3.3 Populasi dan Sampel.....	33
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampel	34
3.4 Definisi Operasional Variabel	35
3.5 Jenis dan Sumber Data	37
3.6 Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data	37
3.7 Metode Analisis Data	38
3.8 Teknik Analisis Data	38
3.8.1 Uji Validitas.....	38
3.8.2 Uji Realibilitas.....	39

3.8.3 Uji Asumsi Klasik	39
3.8.4 Uji Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	44
4.1.1. Shopee	44
4.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45
4.2 Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 Deskripsi Responden	45
4.2.1.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.2.1.2 Data Responden Berdasarkan Usia	46
4.2.1.3 Data Responden Berdasarkan Program Studi.....	47
4.2.1.4 Data Responden Berdasarkan Jangka Waktu penggunaan Shopee	48
4.3 Uji Instrument Penelitian.....	49
4.3.1 Uji Validitas.....	49
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	51
4.3 Uji Asumsi Klasik	54
4.4 Uji Normalitas	54
4.4.1 Uji Multikolinearitas	55
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	55

4.5 Analisis Data	57
4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda	57
4.5.2.1 Pengujian secara Parsial (Uji T)	59
4.5.2.2 Pengujian secara simultan (Uji F)	61
4.5.3 Koefisien Determinasi R ²	62
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
4.6.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee.....	62
4.6.2 Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee.....	64
4.6.3 Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee.....	66
4.6.4 Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee..	67
BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data penjualan produk Shopee.....	3
Tabel 1.2 Data Aplikasi Online Shop 2023.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	28
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	38
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Program Studi.....	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas Spearman's RHO.....	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	57
Tabel 4.11 Hasil Uji T.....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian Ulang	24
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	32
Diagram 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Diagram 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Program Studi	48
Diagram 4.5 Data Responden Berdasarkan Jangka Waktu Penggunaan Shopee.....	49