

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP NIAT
MEMBELI KEMBALI DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA PENGGUNA ZALORA DKI JAKARTA)**

DAFARA NUR TSANI FITRIA

1707617014



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan mendapatkan Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

**THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE ON
REPURCHASE INTENTION WITH CUSTOMER
SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE
(STUDY ON USERS OF ZALORA DKI JAKARTA)**

DAFARA NUR TSANI FITRIA

1707617014



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

*Thesis is organized as one of the requirements for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta*

BUSINESS STUDIES EDUCATION PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2021

ABSTRAK

DAFARA NUR TSANI FITRIA. Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Niat Membeli Kembali dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Zalora DKI Jakarta). Jakarta: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2021.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengalaman pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap niat membeli kembali dan peran kepuasan pelanggan sebagai mediator antara pengalaman pelanggan terhadap niat membeli kembali layanan Zalora. Penelitian ini dilakukan di Jakarta. Penelitian dilakukan selama kurang lebih enam bulan terhitung sejak bulan Januari 2021 sampai dengan Juni 2021. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dengan teknik analisis jalur. Sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 201 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di DKI Jakarta dan pernah berbelanja menggunakan Zalora. Metode penelitian yang digunakan adalah survey dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *google form*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli kembali. Pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat membeli kembali. Kemudian dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan mampu memediasi pengaruh pengalaman pelanggan terhadap niat membeli kembali di Zalora.

Kata kunci : pengalaman pelanggan, kepuasan pelanggan, niat membeli kembali

ABSTRACT

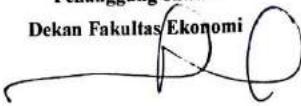
DAFARA NUR TSANI FITRIA. *The Effect of Customer Experience on Repurchase Intentions with Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Study on Zalora DKI Jakarta Users).* Jakarta: Business Education Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University, 2021.

The purpose of this study was to determine the effect of customer experience and customer satisfaction on repurchase intentions and the role of customer satisfaction as a mediator between customer experience and intention to repurchase Zalora's services. This research was conducted in Jakarta. The research was conducted for approximately six months starting from January 2021 to June 2021. The data used in this study is quantitative data with path analysis techniques. Samples were taken using purposive sampling technique as many as 201 respondents. The population in this study are people who live in DKI Jakarta and have shopped using Zalora. The research method used is a survey by distributing online questionnaires via google form. The results of this study indicate that the customer experience variable has a positive and significant effect on repurchase intentions. Customer experience has a positive and significant effect on customer satisfaction. Customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intentions. Later in this study, the results showed that customer satisfaction was positively and significantly able to mediate the effect of customer experience on repurchase intentions at Zalora.

Keywords: customer experience, customer satisfaction, repurchase intention

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi			
 Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Ryna Parlyna, M.B.A NIP. 197701112008122003 (Ketua Pengaji)		24-08-2021
2	Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si NIP. 196610302000121001 (Penguji 1)		21-08-2021
3	Muhammad Yusuf, SE, MM NIP. 198906202020121006 (Penguji 2)		19-08-2021
4	Dr. Corry Yohana, MM NIP. 195909181985032011 (Pembimbing 1)		20-08-2021
5	Dra. Basrah Saidani, M.Si NIP. 196301191992032001 (Pembimbing 2)		23-08-2021
Nama : Dafara Nur Tsani Fitria No. Registrasi : 1707617014 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 10 Agustus 2021			

Catatan :
- ditulis dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

Dipindai dengan CamScanner

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah karya asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas tercantum nama penulis dalam daftar pustaka dan digunakan sebagai acuan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 10 Agustus 2021

Yang Membuat Pernyataan



Dafara Nur Tsani Fitria

NIM. 1707617014

Dipindai dengan CamScanner

PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dafara Nur Tsani Fitria
NIM : 1707617014
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi / Pendidikan Bisnis
Alamat email : dafaranurtsani@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Niat Membeli Kembali dengan Kepuasan
Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Zalora DKI Jakarta)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Agustus 2021

(Dafara Nur Tsani Fitria)

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMPAHAN

Motto:

“Hal Jaza’ul Ihsaani Illal Ihsaan”

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

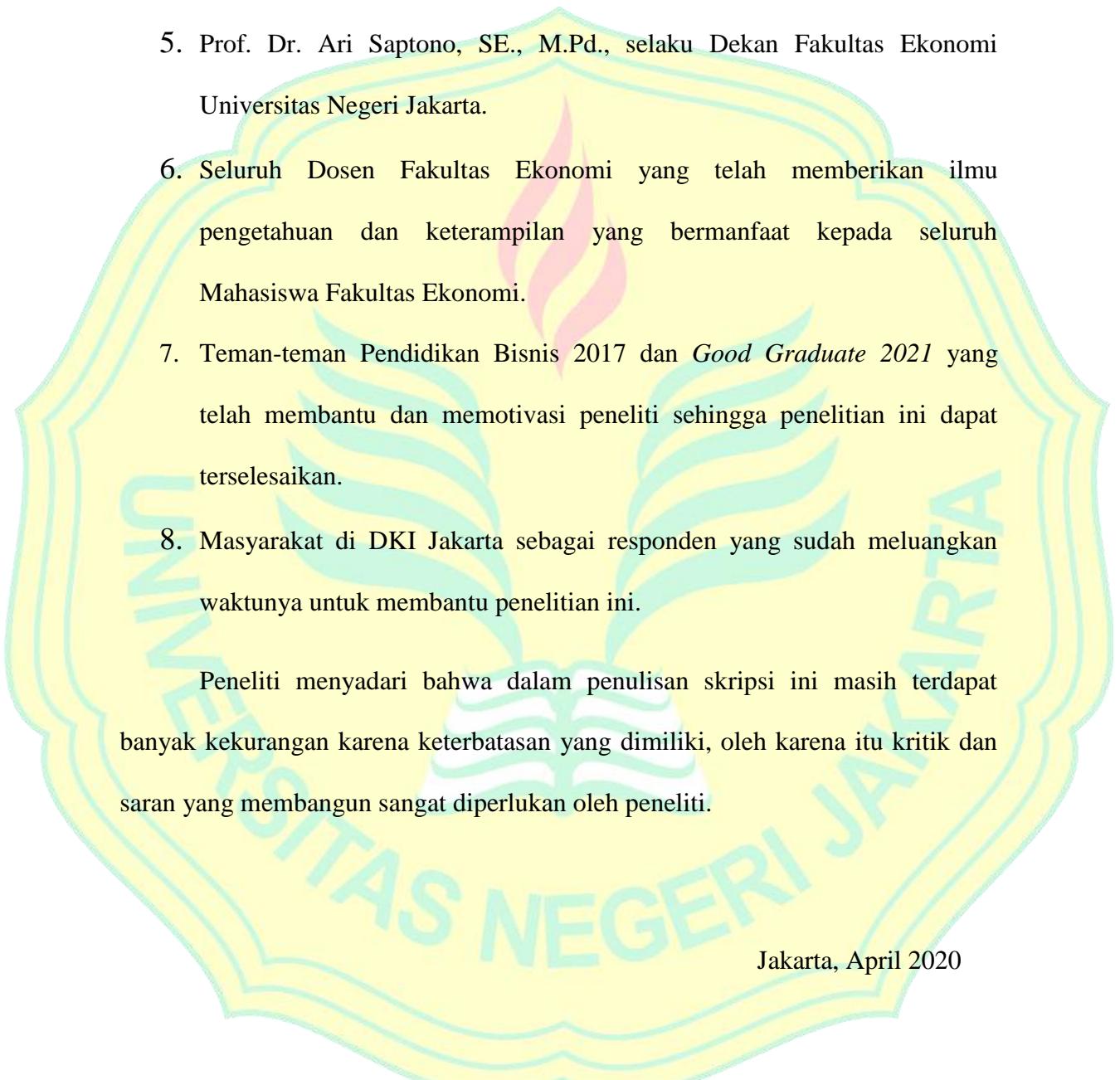
1. Ibu Raniyati dan Alm. Bapak Sagiman, Kakak dan Saudara yang selalu memberikan doa, dukungan dan sudah menyayangi saya dengan tulus.
2. Ibu Corry Yohanna dan Ibu Basrah Saidani yang sudah membimbing, mendukung dan mengarahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Teman-teman Pendidikan Bisnis 2017, Keluarga BEM FE dan EconoChannel dan juga teman-teman di kampus yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada saya.
4. Sahabat-sahabat saya Ira Prabandari, Chalista Syifa, Aliffiya Nur, Meira Handayani dan teman-teman Good Graduate 2021 yang selalu memberikan doa dan dukungannya kepada saya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah mencerahkan karunia, rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Niat Membeli Kembali dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Zalora DKI Jakarta)”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan tentunya skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yaitu Ibu Raniyati dan Alm. Bapak Sagiman serta kakak saya Danang Maulana Wijaya yang selalu mendukung, menemani dan memotivasi peneliti dalam menyusun skripsi.
2. Dr. Corry Yohana, M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, ilmu, arahan dan saran kepada peneliti selama penyusunan skripsi.
3. Dra. Basrah Saidani, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang membantu, memberikan bimbingan dan memotivasi peneliti selama penyusunan skripsi.

- 
4. Ryna Parlyna, M.B.A selaku koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan motivasi kepada peneliti selama masa perkuliahan.
 5. Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
 6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang bermanfaat kepada seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi.
 7. Teman-teman Pendidikan Bisnis 2017 dan *Good Graduate* 2021 yang telah membantu dan memotivasi peneliti sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
 8. Masyarakat di DKI Jakarta sebagai responden yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan oleh peneliti.

Jakarta, April 2020

(Dafara Nur Tsani Fitria)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II	15

KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Teori Pendukung	15
2.2 Kerangka Teori dan Hipotesis	22
2.2.1 Kerangka Teori	22
2.2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.2.3 Pengembangan Hipotesis	39
BAB III.....	41
METODE PENELITIAN	41
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	41
3.1.1 Waktu Penelitian.....	41
3.1.2 Tempat Penelitian	41
3.2 Desain Penelitian	41
3.2.1 Metode Penelitian	41
3.2.2 Konstelasi Hubungan Antar Variabel	42
3.3 Populasi dan Sampel	43
3.3.1 Populasi.....	43
3.3.2 Sampel	44
3.4 Pengembangan Instrumen	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data	52
3.6 Teknik Analisis Data	53

BAB IV	63
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Deskriptif Data	63
4.1.1 Pengalaman Pelanggan / Customer Experience (CE).....	65
4.1.2 Kepuasan Pelanggan / Customer Satisfaction (CS).....	71
4.1.3 Niat Membeli Kembali / Revisit Intention (RI).....	76
4.2 Analisis Data	82
4.2.1 Uji Persyaratan Analisis	82
4.2.2 Menemukan Persamaan Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	88
4.2.3 Uji Sobel	99
4.2.4 Uji Koefisien.....	100
4.3 Pembahasan	105
BAB V	111
PENUTUP	111
5.1 Kesimpulan.....	111
5.2 Implikasi.....	112
5.3 Keterbatasan Penelitian	114
5.4 Rekomendasi Penelitian	115
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2019-2020	1
Gambar 2 Top Brand Index Zalora	5
Gambar 3 Kendala yang dialami pengguna	10
Gambar 4 Niat membeli kembali menggunakan Zalora	11
Gambar 5 Model Penelitian	40
Gambar 6 Konstelasi Hubungan antar Variabel	43
Gambar 7 Grafik Histogram Pengalaman Pelanggan (CE).....	69
Gambar 8 Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan (CS)	74
Gambar 9 Distribusi Frekuensi Niat Membeli Kembali (RI).....	79
Gambar 10 Diagram Jalur Hubungan Kausal Empiris Pengalaman Pelanggan Terhadap Niat Membeli Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Toko Fashion Online dengan Pengunjung Terbanyak 2020	3
Tabel 2 Persamaan dan Perbandingan Jurnal.....	25
Tabel 3 Kisi-Kisi Instrumen Pengalaman Pelanggan.....	46
Tabel 4 Kisi-Kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan	49
Tabel 5 Kisi-Kisi Instrumen Niat Membeli Kembali.....	50
Tabel 6 Skala Pengukuran Instrumen	52
Tabel 7 Deskripsi Data Pengalaman Pelanggan.....	66
Tabel 8 Distribusi Frekuensi Pengalaman Pelanggan (CE)	67
Tabel 9 Distribusi Rata-Rata Perhitungan Pengalaman Pelanggan (CE)	69
Tabel 10 Deskripsi Data Kepuasan Pelanggan	72
Tabel 11 Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan (CS)	73
Tabel 12 Distribusi Rata-Rata Perhitungan Kepuasan Pelanggan (CS).....	75
Tabel 13 Deskripsi Data Niat Membeli Kembali.....	77
Tabel 14 Distribusi Frekuensi Niat Membeli Kembali (RI)	78
Tabel 15 Distribusi Rata-Rata Perhitungan Niat Membeli Kembali (RI).....	80
Tabel 16 Uji Normalitas Data	82
Tabel 17 Uji Linearitas Pengalaman Pelanggan (CE) terhadap.....	85
Tabel 18 Uji Linearitas Pengalaman Pelanggan (CE) terhadap.....	86
Tabel 19 Uji Linearitas Kepuasan Pelanggan (CS) terhadap.....	86
Tabel 20 Rekapitulasi Uji Linearitas	87
Tabel 21 Koefisien CE Terhadap RI.....	88

Tabel 22 Koefisien CE Terhadap CS	90
Tabel 23 Koefisien CS Terhadap RI	91
Tabel 24 Pengalaman Pelanggan (CE) terhadap Niat Membeli Kembali (RI) melalui Kepuasan Pelanggan (CS).....	92
Tabel 25 Koefisien Jalur Pengalaman Pelanggan (CE) terhadap Niat Membeli Kembali (RI) melalui Kepuasan Pelanggan (CS)	93
Tabel 26 Koefisien Determinasi Pengalaman Pelanggan terhadap Niat Membeli Kembali melalui Kepuasan Pelanggan.....	94
Tabel 27 Rangkuman Dekomposisi Koefisien Jalur	96
Tabel 28 Pengalaman Pelanggan (CE), Kepuasan Pelanggan (CS) dan Niat Membeli Kembali (RI).....	100
Tabel 29 Uji Koefisien Determinasi Pengalaman Pelanggan (CE) terhadap Niat Membeli Kembali (RI).....	102
Tabel 30 Uji Koefisien Determinasi Pengalaman Pelanggan (CE) terhadap Kepuasan Pelanggan (CS).....	103
Tabel 31 Uji Koefisien Determinasi Kepuasan Pelanggan (CS) terhadap Niat Membeli Kembali (RI).....	103
Tabel 32 Uji Koefisien Determinasi Keseluruhan	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Konsultasi Bimbingan Skripsi	124
Lampiran 2 Kuesioner Survei Awal.....	126
Lampiran 3 Uji Coba Kuesioner Penelitian	129
Lampiran 4 Uji Validitas Data Uji Coba Instrument Pengalaman Pelanggan	137
Lampiran 5 Uji Reliabilitas Data Uji Coba Instrument Pengalaman Pelanggan	139
Lampiran 6 Uji Validitas Data Uji Coba Instrument Kepuasan Pelanggan.....	141
Lampiran 7 Uji Reliabilitas Data Uji Coba Instrument Kepuasan Pelanggan	143
Lampiran 8 Uji Validitas Data Uji Coba Instrument Niat Membeli Kembali	145
Lampiran 9 Uji Reliabilitas Data Uji Coba Instrument Niat Membeli Kembali	147
Lampiran 10 Kuesioner Uji Final Penelitian	149
Lampiran 11 Tabulasi Data Uji Final Pengalaman Pelanggan (CE).....	153
Lampiran 12 Tabulasi Data Uji Final Kepuasan Pelanggan (CS).....	161
Lampiran 13 Tabulasi Data Uji Final Niat Membeli Kembali (RI).....	167
Lampiran 14 Deskripsi Data Pengalaman Pelanggan	173
Lampiran 15 Deskripsi Data Kepuasan Pelanggan	175
Lampiran 16 Deskripsi Data Niat Membeli Kembali	177
Lampiran 17 Hasil Output SPSS Uji Normalitas.....	179
Lampiran 18 Hasil Output SPSS Uji Linearitas.....	181
Lampiran 19 Hasil Output SPSS Analisis Jalur.....	183
Lampiran 20 Hasil Output SPSS Analisis Jalur.....	185
Lampiran 21 Hasil Output SPSS Uji Koefisien Korelasi	187

Lampiran 22 Hasil Output SPSS Uji Koefisien Determinasi	188
Lampiran 23 T Tabel df	190
Lampiran 24 Daftar Riwayat Hidup.....	191

