

**PENGARUH *USER EXPERIENCE* TERHADAP INTENSI
PEMBELIAN ULANG PENGGUNA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA
PADA MASA PANDEMI COVID-19**



Oleh:

Shania Paramitha Sari

1801617111

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana
Psikologi**

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING
DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI**

“Pengaruh *User Experience* Terhadap Intensi Pembelian Ulang Pengguna *E-Commerce* Tokopedia Pada Masa Pandemi Covid-19”

Nama Mahasiswa : Shania Paramitha Sari
 Nomor Registrasi : 1801617111
 Jurusan/Program Studi : Psikologi
 Tanggal Ujian : 4 Agustus 2021

Pembimbing I

Pembimbing II

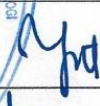
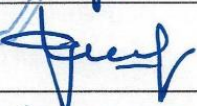

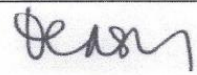



Lupi Yudhaningrum, M.Psi
 NIDK. 8802680018



Herdiyan Maulana, Ph.D
 NIP. 198212302009121003

Panitia Ujian Sidang Skripsi

Nama	Tanda tangan	Tanggal
Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi (Penanggungjawab)*		28/8/21
Dr. Gungum Gumelar, M.Si (Wakil Penanggungjawab)**		2 Sept 21
Prof. Dr. Suparno Eko Widodo, M.M. (Ketua Penguji)***		31 Agustus 2021
Deasyanti, Ph.D (Anggota)****		31 Agustus 2021
Erik M.Si. (Anggota)****		31 Agustus 2021

Catatan:

*Dekan FPPsi

**Wakil Dekan I

***Ketua Penguji

****Dosen Penguji selain pembimbing

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Shania Paramitha Sari

NIM : 1801617111

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul **“Pengaruh User Experience terhadap Intensi Pembelian Ulang Pengguna E-Commerce Tokopedia pada Masa Pandemi Covid-19”** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan **Maret** sampai dengan bulan Juli 2021.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi/karya inovasi yang pernah dibuat orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar.

Bogor, 26 Juli 2021

Yang Membuat Pernyataan



Shania Paramitha Sari



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 : Shania Paramitha Sari
NIM : 1801617111
Fakultas/Prodi : Fakultas Pendidikan Psikologi / Psikologi
Alamat email : paramitha.shania29@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 User Experience terhadap Intensi Pembelian Ulang Pengguna
E-Commerce Tokopedia pada Masa Pandemi Covid-19

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, 12 September 2021

Penulis

(Shania Paramitha Sari)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Program Studi Psikologi, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shania Paramitha Sari
NIM : 1801617111
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Fakultas Pendidikan Psikologi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh *User Experience* terhadap Intensi Pembelian Ulang Pengguna *E-Commerce* Tokopedia pada Masa Pandemi Covid-19”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Program Studi Psikologi Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bogor

Pada Tanggal : 27 Juli 2021

Yang Menyatakan,



Shania Paramitha Sari

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Cara mencapai tujuan adalah disiplin. Karena apabila kamu disiplin, kamu akan mencapai tujuanmu walau tanpa memiliki motivasi.”

“Walau jalan yang kau lalui sepi, dan tak ada orang yang memperhatikan atau menghargainya, bukan berarti jalan yang kau lalui itu salah. Teruslah berjalan.”

-Geulbaewoo

Skripsi ini saya persembahkan kepada keluarga saya yang selalu mendukung saya selama ini, teman-teman saya yang selalu mendukung saya, dan juga, skripsi ini saya persembahkan kepada diri saya sendiri yang telah berhasil menyelesaikan segala proses dalam penyusunan skripsi ini.

PENGARUH *USER EXPERIENCE* TERHADAP INTENSI
PEMBELIAN ULANG PENGGUNA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA
PADA MASA PANDEMI COVID-19

Shania Paramitha Sari

Skripsi

Jakarta:

Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi

Universitas Negeri Jakarta

2021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *user experience* terhadap intensi pembelian ulang pengguna *e-commerce* Tokopedia pada masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan uji analisis regresi sederhana. Sampel penelitian ini berjumlah 451 responden. Teknik pengambilan sampel adalah teknik *purposive sampling*. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Google HEART Framework dan Skala *Repurchase Intention*. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa $F= 381,339$; $P= 0,000 < 0,05$ maka diketahui terdapat pengaruh antara *user experience* terhadap intensi pembelian ulang pengguna *e-commerce* Tokopedia pada masa Pandemi Covid-19. Penelitian ini menunjukkan tingkat pengaruh *user experience* terhadap intensi pembelian ulang adalah sebesar 45,9%

Kata Kunci: intensi pembelian ulang, *user experience*, *e-commerce*, Tokopedia

THE EFFECT OF USER EXPERIENCE ON TOKOPEDIA E-COMMERCE USER REPURCHASE INTENTION DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Shania Paramitha Sari

Thesis

Jakarta:

Psychology Study Program, Faculty of Psychology Education

State University of Jakarta

2021

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of user experience on tokopedia e-commerce user repurchase intention during the Covid-19 pandemic. This research uses quantitative research method with simple regression analysis test. The sample of this study amounted to 451 respondents. Sampling technique is purposive sampling technique. The instruments used in this study are the Google HEART Framework and the Repurchase Intention Scale. The results showed that $F= 381,339$; $P= 0.000 < 0.05$, it is known that there is an influence between user experience and the intention of repurchase Tokopedia e-commerce users during the Covid-19 pandemic. This study shows the level of influence of user experience on the intention of repurchase is 45.9%

Keywords: repurchase intention, user experience, e-commerce, Tokopedia

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT dan atas segala nikmat yang telah diberikan-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini yang merupakan syarat untuk memperoleh gelar sebagai sarjana psikologi.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan terselesaikan apabila tidak ada bantuan dan motivasi dari berbagai pihak.

Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, diantaranya adalah:

1. Ibu Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi selaku Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Gungum Gumelar, M.Si selaku Wakil Dekan I, Ibu Ratna Dyah Suryaratri, Ph.D selaku Wakil Dekan II, Dan Ibu Mira Ariyani, Ph.D selaku Wakil Dekan III Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Dr. Phil. Zarina Akbar, M.Psi selaku koordinator Program Studi Psikologi di Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan informasi dalam penyusunan skripsi peneliti.
4. Ibu Lupi Yudhaningrum, M.Psi selaku dosen pembimbing I, yang selalu memberikan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan membantu peneliti sehingga peneliti dapat Menyusun skripsi ini hingga selesai.
5. Bapak Herdiyan Maulana, Ph.D selaku dosen pembimbing II, yang selalu memberikan arahan, membantu, serta saran dan kritik yang membangun sehingga peneliti dapat mempersiapkan skripsi hingga selesai.
6. Seluruh Bapak/Ibu dosen Psikologi UNJ yang telah memberikan ilmu dan membimbing peneliti selama berkuliah di Psikologi UNJ.
7. Seluruh Staf bagian Akademik, Umum, Keuangan dan Perpustakaan di Fakultas Pendidikan Psikologi UNJ.
8. Orangtua peneliti, Doddy Setyo Prambudi, Ira Soelistia, dan Kakak yang paling saya sayangi Sheilla Ismi Priscillia, dan adik peneliti Mohammad Genta

Bimasena dan Fariz Satria Wiratama, terima kasih atas segala dukungan baik moril dan juga materi, kasih sayang, pengertian dan doa yang tidak henti-hentinya untuk peneliti agar dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

9. Kak Farah Azzahra, yang selalu meluangkan waktu untuk menjawab pertanyaan peneliti, memberikan arahan dan saran serta semangat positif kepada peneliti, peneliti ucapkan terima kasih banyak.
10. Terima kasih kepada Reza Fauzi, yang telah menjadi penyemangat dan kekuatan untuk terus melangkah maju.
11. Farhan, Moses, Raka, Arkan, Mutiara Diarga, Siti Nurhalimah, dan Januar. Terima kasih banyak sudah menjadi sahabat peneliti semenjak semester awal perkuliahan sampai dengan saat ini, memberikan kekuatan dan dukungan, juga memberi semangat kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
12. Putri Nabilah, Monica Amalya, Putri Hemas, dan Melwanda Rieka. Terima kasih banyak sudah menjadi sahabat peneliti dan memberikan dukungan serta menjadi pendengar yang baik.
13. Annisa Ratna Salsabilla dan Ahmad Miftahul, terima kasih banyak sudah menjadi sahabat setia peneliti dan memberikan dukungan, dan semangat untuk peneliti.
14. Teman-teman kelas B 2017 dan semua teman-teman Angkatan 2017.
15. Anisha Junietta, Safa Hasna, Zhavira Chaerunnisa, dan teman-teman satu bimbingan skripsi lainnya.
16. Followers dari akun collegemenfess, yang sebagian besar merupakan pengisi kuesioner skripsi. Peneliti berharap kebaikan kalian akan dibalas dengan kebaikan yang berlimpah.
17. Para responden penelitian, terima kasih sudah membantu untuk mengisi kuesioner penelitian.
18. Diri saya sendiri, yang sudah bertahan, bertumbuh, dan menemani selama 23 tahun dan berhasil melewati semuanya.

Selain mengucapkan terima kasih, peneliti juga memohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan atas penyusunan skripsi ini. Kritik dan saran yang membangun sangat dinantikan oleh peneliti. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Pembatasan Masalah.....	12
1.4 Rumusan Masalah.....	12
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.6.2 Manfaat Praktis.....	13
1.6.2.1 Bagi Praktisi Pemasaran.....	13
1.6.2.2 Bagi Institusi Pendidikan.....	13
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Intensi Pembelian Ulang.....	14

2.1.1 Definisi Intensi Pembelian Ulang.....	14
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Pembelian Ulang.....	15
2.1.3 Dimensi Intensi Pembelian Ulang.....	16
2.2. <i>User Experience</i>	16
2.2.1 Definisi <i>User Experience</i>	17
2.2.2 Faktor <i>User Experience</i>	18
2.2.3 Dimensi <i>User Experience</i>	19
2.3 Dinamika Hubungan Intensi Pembelian Ulang dengan <i>User Experience</i>	20
2.4 Kerangka Berpikir.....	20
2.5 Hipotesis.....	21
2.6 Hasil Penelitian yang Relevan.....	22
BAB III.....	25
METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Tipe Penelitian.....	25
3.2 Identifikasi dan Operasional Variabel Penelitian.....	25
3.2.1 Identifikasi Variabel Penelitian.....	25
3.2.2 Definisi Konseptual Variabel.....	26
3.2.2.1 Definisi Konseptual Intensi Pembelian Ulang.....	26
3.2.2.2 Definisi Konseptual <i>User Experience</i>	26
3.2.3 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.2.3.1 Definisi Operasional Intensi Pembelian Ulang.....	26
3.2.3.2 Definisi Operasional <i>User Experience</i>	26
3.3 Populasi dan Sampel.....	27
3.3.1 Populasi.....	27
3.3.2 Sampel.....	27
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.6 Instrumen Penelitian.....	28
3.6.1 Instrumen Penelitian Intensi Pembelian Ulang.....	28
3.6.2 Instrumen Penelitian <i>User Experience</i>	29

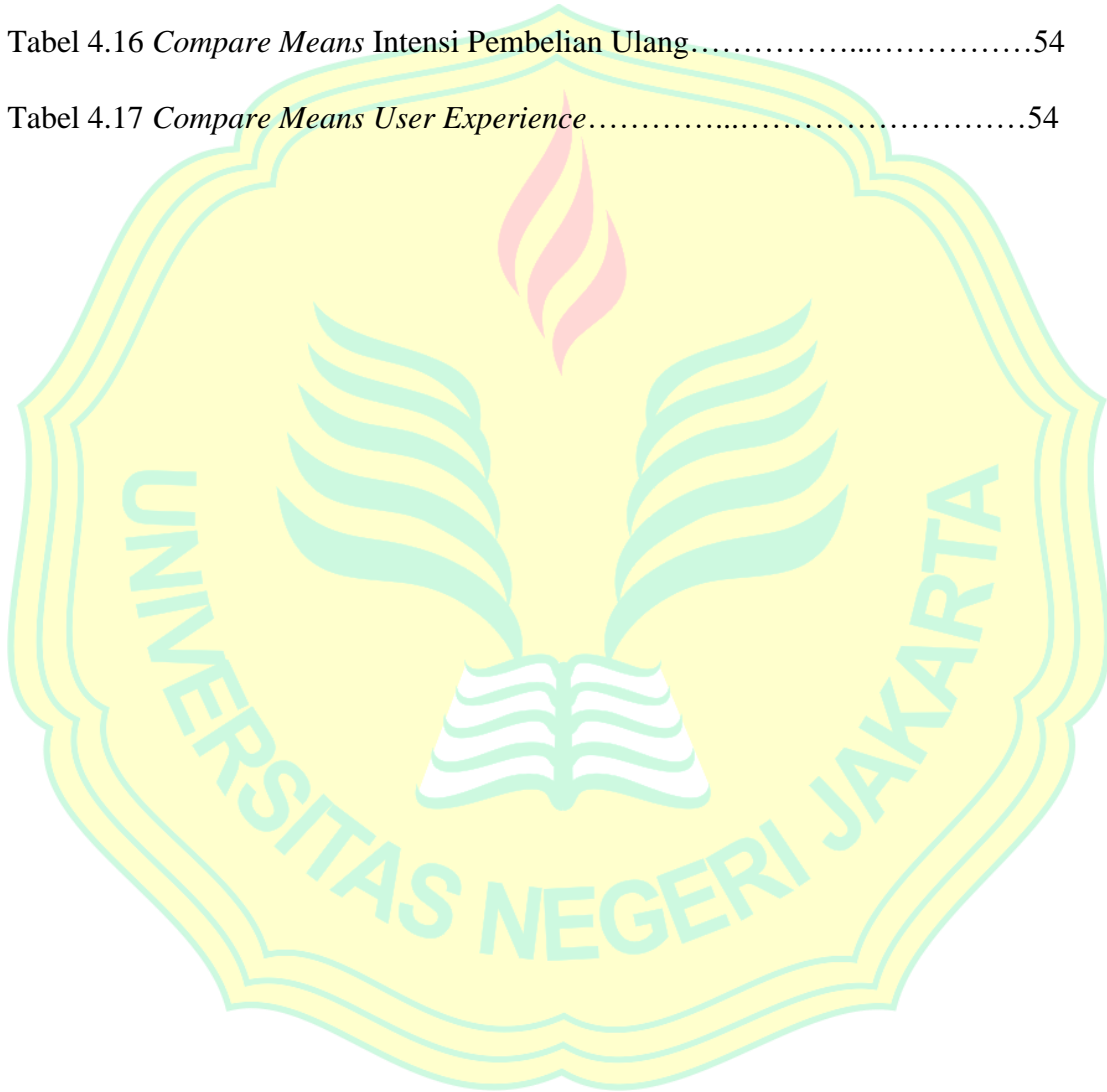
3.6.3 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	32
3.6.3.1 Validitas dan Reliabilitas Skala Intensi Pembelian Ulang.....	32
3.6.3.2 Validitas dan Reliabilitas Skala <i>User Experience</i> Google HEART Framework.....	33
3.7 Analisis Data.....	34
3.7.1 Uji Statistik.....	34
3.7.2 Analisis Deskriptif.....	34
3.7.3 Uji Normalitas.....	35
3.7.4 Uji Linieritas.....	35
3.7.5 Uji Korelasi.....	35
3.7.6 Uji Analisis Regresi.....	35
3.7.7 Uji Hipotesis.....	35
3.7.7.1 Perumusan Hipotesis.....	35
3.7.7.2 Hipotesis Penelitian.....	36
BAB IV	37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Responden Penelitian.....	37
4.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.1.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	38
4.1.3 Gambaran Responden Berdasarkan Domisili.....	39
4.1.4 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	40
4.2 Prosedur Penelitian.....	41
4.2.1 Persiapan Penelitian.....	41
4.2.2 Pelaksanaan Penelitian.....	42
4.3 Hasil Analisis Data Penelitian.....	43
4.3.1 Data Deskriptif Intensi Pembelian Ulang.....	43
4.3.2 Kategorisasi Skor Intensi Pembelian Ulang.....	44
4.3.3 Data Deskriptif <i>User Experience</i>	45
4.3.4 Kategorisasi Skor <i>User Experience</i>	46
4.3.5 Uji Normalitas.....	46

4.3.6 Uji Linieritas.....	48
4.3.7 Uji Korelasi.....	50
4.3.8 Uji Analisis Regresi.....	50
4.3.9 Uji Hipotesis.....	53
4.4 Analisis Tambahan.....	53
4.4.1 <i>Compare Means</i> Intensi Pembelian Ulang.....	54
4.4.2 <i>Compare Means User Experience</i>	54
4.5 Pembahasan.....	54
4.6 Keterbatasan Penelitian.....	57
BAB V.....	58
KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Implikasi.....	58
5.3 Saran.....	58
5.3.1 Peneliti Selanjutnya.....	58
5.3.2 Untuk Pihak Tokopedia dan Perusahaan Sejenis.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	69
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	83

DAFTAR TABEL

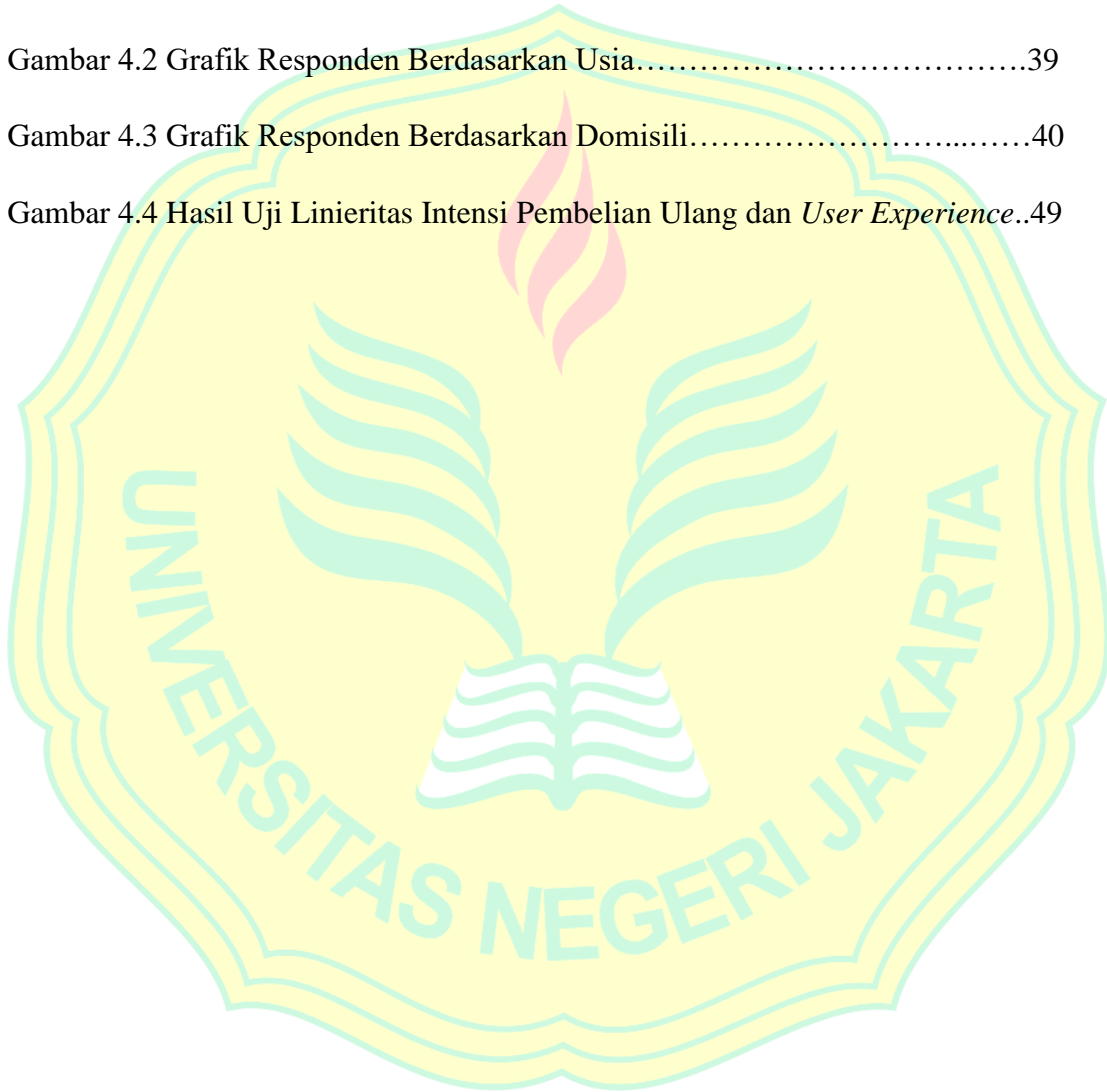
Tabel 2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	22
Tabel 3.1 Skor Respon Instrumen Skala <i>Repurchase Intention</i>	28
Tabel 3.2 Blueprint Instrumen Skala <i>Repurchase Intention</i>	29
Tabel 3.3 Skor Respon Instrumen Skala <i>Google Heart Framework</i>	30
Tabel 3.4 Blueprint Instrumen Skala <i>Google Heart Framework</i>	30
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Skala Intensi Pembelian Ulang.....	32
Tabel 3.6 Reliabilitas Skala Intensi Pembelian Ulang.....	33
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Skala <i>User Experience</i>	33
Tabel 3.8 Reliabilitas Skala <i>User Experience</i>	34
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Domisili.....	39
Tabel 4.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	40
Tabel 4.5 Data Deskriptif Intensi Pembelian Ulang.....	43
Tabel 4.6 Kategorisasi Skor Intensi Pembelian Ulang.....	44
Tabel 4.7 Data Deskriptif <i>User Experience</i>	45
Tabel 4.8 Kategorisasi Skor <i>User Experience</i>	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Intensi Pembelian Ulang dan <i>User Experience</i> ...47	
Tabel 4.10 Hasil Uji Linieritas Intensi Pembelian Ulang dan <i>User Experience</i> ...48	
Tabel 4.11 Hasil Uji Linieritas Intensi Pembelian Ulang dan <i>User Experience</i> ...49	

Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Uji Korelasi.....	50
Tabel 4.13 Uji Signifikansi Keseluruhan ANOVA.....	51
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi.....	51
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Persamaan Regresi.....	52
Tabel 4.16 <i>Compare Means</i> Intensi Pembelian Ulang.....	54
Tabel 4.17 <i>Compare Means User Experience</i>	54



DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	21
Gambar 4.1 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Gambar 4.2 Grafik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Gambar 4.3 Grafik Responden Berdasarkan Domisili.....	40
Gambar 4.4 Hasil Uji Linieritas Intensi Pembelian Ulang dan <i>User Experience</i> ..	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 1.1 <i>Informed Consent</i>	69
Lampiran 1.2 Data Diri.....	69
Lampiran 1.3 Kuesioner Intensi Pembelian Ulang.....	71
Lampiran 1.4 Kuesioner <i>User Experience</i>	73
Lampiran 2. Data Demografi Jenis Kelamin.....	75
Lampiran 3. Data Demografi Usia.....	75
Lampiran 4. Data Demografi Domisili.....	76
Lampiran 5. Data Demografi Status Pekerjaan.....	76
Lampiran 6. Statistik Deskriptif <i>User Experience</i>	77
Lampiran 7. Hasil Kategorisasi Skor <i>User Experience</i>	77
Lampiran 8. Statistik Deskriptif Intensi Pembelian Ulang.....	78
Lampiran 9. Hasil Kategorisasi Skor Intensi Pembelian Ulang.....	78
Lampiran 10. Hasil Uji Normalitas.....	79
Lampiran 11. Hasil Uji Linieritas.....	80
Lampiran 12. Hasil Uji Korelasi.....	80
Lampiran 13. Hasil Uji Analisis Regresi.....	80
Lampiran 14. <i>Compare Means</i>	82
Lampiran 14.1 <i>Compare Means</i> Intensi Pembelian Ulang.....	82
Lampiran 14.2 <i>Compare Means User Experience</i>	82