

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-PROMOTION* TERHADAP
REPURCHASE DECISION MELALUI *PERCEIVED VALUE* SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING* PADA APLIKASI *FOOD DELIVERY***

ANISYA TIARA ISNAINI

1705618019



**Skripsi ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

***THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY AND E-PROMOTION ON
REPURCHASE DECISION THROUGH PERCEIVED VALUE AS AN
INTERVENING VARIABLE ON FOOD DELIVERY APPLICATION***

ANISYA TIARA ISNAINI

1705618019



***This Thesis was Written as One of the Requirements to Obtain a Bachelor Degree
of Management on Faculty of Economics State University of Jakarta***

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

STUDY PROGRAM SI MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2022

ABSTRAK

Anisya Tiara Isnaini, 2022; Pengaruh *e-Service Quality* dan *e-Promotion* terhadap *Repurchase Decision* melalui *Perceived Value* sebagai Variabel *Intervening* pada Aplikasi *Food Delivery*. Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. dan Ika Febrilia, SE, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh langsung variabel *e-service quality*, *e-promotion*, dan *perceived value* terhadap *repurchase decision*. Serta pengaruh tidak langsung variabel *e-service quality* dan *e-promotion* terhadap *repurchase decision* melalui *perceived value* sebagai variabel *intervening*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner. Objek penelitian adalah 260 pengguna aplikasi McDelivery yang berdomisili di wilayah JABODETABEK, berusia 17 tahun ke atas, pernah melihat/menggunakan promosi *online* McDelivery dalam kurun waktu enam bulan terakhir, dan pernah menggunakan aplikasi McDelivery untuk berbelanja minimal dua kali dalam kurun waktu enam bulan terakhir. Teknik analisis data menggunakan *software* SPSS dan analisis SEM menggunakan *software* LISREL untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa: (1) *e-service quality* berpengaruh terhadap *repurchase decision*; (2) *e-promotion* berpengaruh terhadap *repurchase decision*; (3) *e-service quality* berpengaruh terhadap *repurchase decision* melalui *perceived value*; (4) *e-promotion* berpengaruh terhadap *repurchase decision* melalui *perceived value*; (5) *e-service quality* berpengaruh terhadap *perceived value*; (6) *e-promotion* berpengaruh terhadap *perceived value*; (7) *perceived value* berpengaruh terhadap *repurchase decision*.

Kata Kunci: *e-Promotion*, *e-Service Quality*, McDelivery, *Perceived Value*, *Repurchase Decision*.

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

ABSTRACT

Anisya Tiara Isnaini, 2022; *The Influence of e-Service Quality and e-Promotion on Repurchase Decision through Perceived Value as an Intervening Variable on Food Delivery Application. Jakarta: Study Program SI Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory Team: Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. and Ika Febrilia, SE, MM.*

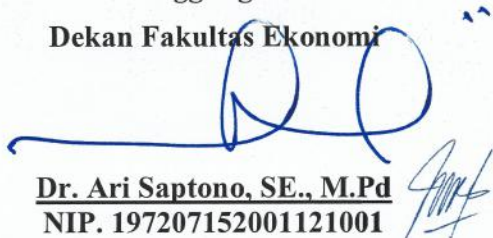
The purpose of this study was to analysis the direct effect of e-service quality, e-promotion, and perceived value variables on repurchase decision. As well as the indirect effect between e-service quality and e-promotion on repurchase decision through perceived value as an intervening variable. The research uses a quantitative approach and the data collection method uses a survey method with an instrument like a questionnaire. The object of research is 260 users of the McDelivery application who are domiciled in the JABODETABEK area, aged 17 years and over, have seen/used McDelivery online promotions in the last six months, and have used the McDelivery application to shop at least twice in the last six months. The data analysis technique used SPSS software and SEM analysis used LISREL software to process and analyze the research data. The results of the hypothesis test show that: (1) e-service quality affects repurchase decision; (2) e-promotion affects repurchase decision; (3) e-service quality affects repurchase decision through perceived value; (4) e-promotion affects repurchase decision through perceived value; (5) e-service quality affects perceived value; (6) e-promotion affects perceived value; (7) perceived value affects repurchase decision.







Keywords: *e-Promotion, e-Service Quality, McDelivery, Perceived Value, Repurchase Decision.*

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Osly Usman, M.Bus NIP. 197401152008011008 (Ketua Penguji)		18 Juli 2022
2	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP. 197002122008121001 (Penguji 1)		4 Juli 2022
3	Rahmi, SE., M.S.M NIP. 198305012018032001 (Penguji 2)		8 Juli 2022
4	Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. NIP. 197206272006041001 (Pembimbing 1)		18 Juli 2022
5	Ika Febrilia, S.E., M.M NIP. 198702092015042001 (Pembimbing 2)	 	18 Juli 2022

Nama : Anisya Tiara Isnaini
No. Registrasi : 1705618019
Program Studi : S1 Manajemen
Tanggal Lulus : 30 Juni 2022

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 19 Juni 2022

Yang Membuat Pernyataan



Anisya Tiara Isnaini

No Reg. 1705618019

LEMBAR 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 : Anisya Tiara Isnaini
NIM : 1705618019
Fakultas/Prodi : S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi
Alamat email : anisyatiara1221@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 *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-PROMOTION* TERHADAP *REPURCHASE DECISION* MELALUI *PERCEIVED VALUE* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA APLIKASI *FOOD DELIVERY*

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, 21 Juli 2022



Anisya Tiara Isnaini

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *e-Service Quality* dan *e-Promotion* terhadap *Repurchase Decision* melalui *Perceived Value* sebagai Variabel *Intervening* pada aplikasi *Food Delivery*” dengan baik. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Pak Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Pak Dr. Suherman, S.E., M.Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Pak Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah memberikan saran dan masukan kepada Peneliti selama penyusunan Skripsi.
4. Ibu Ika Febrilia, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah memberikan saran dan masukan kepada Peneliti selama penyusunan Skripsi.
5. Seluruh Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang bermanfaat selama proses belajar, serta memberi semangat dalam penyusunan Skripsi kepada Peneliti.
6. Orang Tua dan Keluarga Peneliti yang selalu mendoakan dan memberi dukungan kepada Peneliti.
7. Reza Ghifari yang selalu memberikan dukungan kepada Peneliti selama penyusunan Skripsi.
8. Alyssa Anindya Putri yang selalu menemani Peneliti selama kuliah di Universitas Negeri Jakarta.

9. Sahabat-Sahabat Peneliti yaitu Shafa Almira Zahra, Elva Reza, Reza Utami, Anisa Aisyah, Anita Noni Fitriana, Ivana Titaru Vladyokta, Syafira Ahsanti, Kevin Arya Chandra, Salsabila Annisa Riyadi, Maharani Putri, Thania Sanique Nandika, Jamal Hasbi, Reza Setya Pratama, dan Herdian Akbar yang selalu memberikan semangat dalam penyusunan Skripsi.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan tidak luput dari kesalahan ataupun kekurangan. Semoga Skripsi ini bisa bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Jakarta, 19 Juni 2022



Anisya Tiara Isnaini
No Reg. 1705618019



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR ORISINALITAS	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Pertanyaan Penelitian	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN TEORITIK	11
2.1. Deskripsi Konseptual	11
2.1.1. <i>Repurchase Decision</i>	11
2.2.2. <i>Perceived Value</i>	12
2.2.3. <i>e-Service Quality</i>	12
2.2.4. <i>e-Promotion</i>	14
2.2.5. Penelitian Terdahulu	15
2.2 Kerangka Teori dan Hipotesis	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	26
3.2. Metode Penelitian	26
3.3. Populasi dan Sampel	27
3.3.1. Populasi	27
3.3.2. Sampel	27

3.4. Teknik Pengumpulan Data	28
3.5. Operasionalisasi Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran	28
3.5.1. Operasionalisasi Variabel Penelitian	28
3.5.2. Skala Pengukuran	31
3.6. Teknik Analisis Data	32
3.6.1. Analisis Deskriptif	32
3.6.2. Uji Validitas	32
3.6.3. Uji Reliabilitas	32
3.6.4. Uji Kesesuaian Model	32
3.6.5. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	34
3.6.6. Pengujian Hipotesis	34
3.7. Model SEM	35
BAB IV PEMBAHASAN	36
4.1. Deskripsi Data	36
4.2. Analisis Data	38
4.2.1. Analisis Deskriptif	38
4.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	43
4.2.3. Uji Kesesuaian Model	44
4.2.4. Full Model SEM	48
4.2.5. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	49
4.2.6. Pengujian Hipotesis	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1. Kesimpulan	53
5.2. Implikasi	54
5.3. Keterbatasan Penelitian	55
5.4. Saran Penelitian	55
5.4.1. Saran Praktis	55
5.4.2. Saran Teoritis	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	67