

**PENGARUH *E-SATISFACTION* DAN *E-TRUST* TERHADAP  
*REPURCHASE INTENTION* PADA *ONLINE MARKETPLACE*  
TOKOPEDIA YANG DIMEDIASI OLEH *ELECTRONIC WORD OF*  
*MOUTH***

**SHALFA SHABRINA NURUL AN NISA**

**1705618002**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Penelitian Ini Dilakukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mendapatkan  
Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2022**

***THE INFLUENCE OF E-SATISFACTION AND E-TRUST TOWARD  
REPURCHASE INTENTION ON ONLINE MARKETPLACE  
TOKOPEDIA MEDIATED BY ELECTRONIC WORD OF MOUTH***

**SHALFA SHABRINA NURUL AN NISA**

**1705618002**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

*This Research was Written to Fulfill One of the Requirements for Bachelor  
Degree of Management in Faculty of Economics at State University of Jakarta*

***BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERISTY OF JAKARTA***

**2022**

## ABSTRAK

**SHALFA SHABRINA NURUL AN NISA, 1705618002, 2022. Pengaruh *E-Satisfaction* dan *E-Trust* Terhadap *Repurchase intention* Pada *Online Marketplace* Tokopedia Yang Dimediasi Oleh *Electronic Word of Mouth*. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Agung Kresnamurti Rivai P, S.T., M.M dan Shandy Aditya, BIB, MPBS**

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *e-satisfaction* terhadap *e-word of mouth*, pengaruh *e-trust* terhadap *e-word of mouth*, pengaruh *e-word of mouth* terhadap *repurchase intention*, pengaruh *e-satisfaction* terhadap *repurchase intention*, pengaruh *e-trust* terhadap *repurchase intention*, pengaruh *e-satisfaction* terhadap *repurchase intention* melalui *e-word of mouth*, pengaruh *e-trust* terhadap *repurchase intention* melalui *e-word of mouth*, pada *online marketplace* Tokopedia. Objek pada penelitian ini yaitu 200 orang pengunjung situs *online marketplace* Tokopedia di DKI Jakarta, dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu menyebarkan kuesioner. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) berbasis LISREL Versi 8.80. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: 1) *e-satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *electronic word of mouth*, 2) *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *electronic word of mouth*, 3) *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, 4) *e-satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, 5) *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, 6) *e-satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* melalui *electronic word of mouth*, 7) *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* melalui *electronic word of mouth*, pada *online marketplace* Tokopedia.

Kata Kunci : *E-satisfaction*, *E-trust*, *Electronic Word of Mouth*, *Repurchase Intention*, *Online Marketplace*.

## ABSTRACT

**SHALFA SHABRINA NURUL AN NISA, 1705618002, 2022. *The Influence of E-Satisfaction and E-Trust Toward Repurchase Intention on Online Marketplace Tokopedia Mediated by Electronic Word of Mouth. Faculty of Economics, Jakarta State University, Advisory Team: Agung Kresnamurti Rivai P, S.T., M.M and Shandy Aditya, BIB, MPBS***

*The aims of this study are to determine the effect of e-satisfaction on e-word of mouth, the effect of e-trust on e-word of mouth, the effect of e-word of mouth on repurchase intention, the effect of e-satisfaction on repurchase intention, the effect of e-trust on repurchase intention, the effect of e-satisfaction on repurchase intention mediated by e-word of mouth, the effect of e-trust on repurchase intention mediated by e-word of mouth, in the online marketplace Tokopedia. The object of this research is 200 visitors Tokopedia marketplace site in DKI Jakarta, using a purposive sampling technique. The data collection technique used questionnaires. This study uses a Structural Equation Model (SEM) approach based on LISREL version 8.80. The results of hypothesis testing show: 1) e-satisfaction has a positive significant effect on electronic word of mouth, 2) e-trust has a positive significant effect on electronic word of mouth, 3) electronic word of mouth has a positive significant effect on repurchase intention, 4) e-satisfaction has a positive significant effect on repurchase intention, 5) e-trust has a positive significant effect on repurchase intention, 6) e-satisfaction has a positive significant effect on repurchase intention through electronic word of mouth, 7) e-trust has a positive significant effect on repurchase intention through electronic word of mouth, in the online marketplace Tokopedia.*

*Keywords : E-satisfaction, E-trust, Electronic Word of Mouth, Repurchase intention, Online Marketplace.*

## Lembar Pengesahan Skripsi

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PenanggungJawab

Dekan Fakultas Ekonomi

**Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M. Pd**  
NIP 1972207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<b><u>Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.</u></b> NIP 197206272006041001 ( Ketua Penguji )		27 Juli 2022
2	<b><u>Dr. Osly Usman, M.Bus, M.gt, Sys</u></b> NIP 197401152008011008 ( Penguji 1 )		27 Juli 2022
3	<b><u>Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M</u></b> NIP 199308272020122024 ( Penguji 2 )		27 Juli 2022
4	<b><u>Agung Kresnamurti Rivai P., ST,M.M.</u></b> NIP 197404162006041001 ( Pembimbing 1 )		27 Juli 2022
5	<b><u>Shandy Aditya, BIB, MPBS</u></b> NIP 198404082019031003 ( Pembimbing 2 )		27 Juli 2022

Nama : Shalfa Shabrina Nurul An nisa  
No. Registrasi : 1705618002  
Program Studi : S1 Manajemen  
Tanggal Lulus : 11 Juli 2022

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

## 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 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, 5 Agustus 2022

Yang Membuat Pernyataan



Shalfa Shabrina Nurul An nisa



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://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 : Shalfa Shabrina Nurul An nisa  
NIM : 1705618002  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi/ S1 Manajemen  
Alamat email : shalfa.shabrina@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-SATISFACTION DAN E-TRUST TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA ONLINE MARKETPLACE TOKOPEDIA YANG DIMEDIASI OLEH ELECTRONIC WORD OF MOUTH**

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, 5 Agustus 2022



( Shalfa Shabrina Nurul An nisa )

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan proposal Skripsi dengan baik dan tepat pada waktunya. Proposal Skripsi ini berjudul “Pengaruh *E-Satisfaction* dan *E-Trust* Terhadap *Repurchase Intention* Pada *Online Marketplace* Tokopedia Yang Dimediasi Oleh *Electronic Word of Mouth*”.

Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Penulis menyadari bahwa selama penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik materiil maupun non materiil. Oleh karenanya, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Agung Kresnamurti Rivai P, S.T., M.M. Selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Shandy Aditya, BIB, MPBS Selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Prof. Dr. Suherman, M.Si., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.



4. Prof. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
5. Ketua sidang, dan Penguji ahli yang telah memberikan saran dan masukan supaya skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Kedua orang tua atas doa, dukungan serta motivasi kepada penulis untuk segera menyelesaikan studi.
7. Sahabat dan teman-teman mahasiswa Manajemen 2018, terkhusus Manajemen C 2018 yang senantiasa memberikan semangat untuk menyelesaikan penulisan skripsi.
8. Aji Bagus Setiawan yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama proses penyusunan skripsi

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini memiliki beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Maka dari itu penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan. Selain itu penulis juga mengharapkan kritik serta saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, Januari 2021

Shalfa Shabrina Nurul An nisa

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar belakang masalah .....	1
1.2 Rumusan masalah.....	13
1.3 Tujuan penelitian .....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
<b>BAB II KAJIAN TEORITIK.....</b>	<b>16</b>
2.1 Deskripsi konseptual .....	16
2.1.1 <i>E-Satisfaction (X1)</i> .....	16
2.1.1.1. Indikator e-satisfaction .....	17
2.1.2 <i>E-Trust (X2)</i> .....	18
2.1.2.1. Indikator e-trust.....	19
2.1.3 <i>Electronic Word of Mouth (Y)</i> .....	20
2.1.3.1. Indikator Electronic Word of Mouth .....	22
2.1.4 <i>Repurchase Intention (Z)</i> .....	24
2.1.4.1. Indikator Repurchase Intention.....	25
2.2 Hasil penelitian yang relevan .....	26
2.3 Kerangka teoritik .....	43
2.3.1 Pengaruh <i>e-satisfaction</i> dan <i>e-wom</i> .....	44
2.3.2 Pengaruh <i>e-trust</i> dan <i>e-wom</i> .....	45

2.3.3	Pengaruh <i>e-wom</i> dan <i>repurchase intention</i> .....	46
2.3.4	Pengaruh <i>e-satisfaction</i> dan <i>repurchase intention</i> .....	47
2.3.5	Pengaruh <i>e-trust</i> dan <i>repurchase intention</i> .....	48
2.3.6	Pengaruh <i>e-satisfaction</i> , <i>e-wom</i> , dan <i>repurchase intention</i> .....	50
2.3.7	Pengaruh <i>e-trust</i> , <i>e-wom</i> , dan <i>repurchase intention</i> .....	51
2.4	Perumusan Hipotesis Penelitian .....	52
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>54</b>
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian .....	54
3.2	Pendekatan Penelitian.....	55
3.3	Populasi dan Sampel .....	55
3.2.1	Populasi.....	55
3.2.2	Sampel.....	56
3.4	Skala Pengukuran .....	59
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	60
3.6	Operasional Variabel Penelitian .....	60
3.6.1	Variabel Dependen.....	60
3.6.2	Variabel Independen .....	61
3.6.3	Variabel <i>Intervening</i> .....	61
3.7	Teknik Analisis Data .....	65
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	65
3.7.2	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	66
3.7.3	Uji Kesesuaian Model ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ) .....	68
3.7.4	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	71
3.8	Uji Hipotesis.....	72
3.9	Model SEM .....	72
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>73</b>
4.1	Deskripsi Data .....	73
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin .....	73

4.1.2	Karakteristik Reponden Berdasarkan Usia .....	74
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	75
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	76
4.1.5	Karateristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	77
4.2	Hasil Analisis Data.....	78
4.2.1	Analisis Deskriptif .....	78
4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	85
4.2.3	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	88
4.2.4	<i>Full Model</i> .....	95
4.2.5	<i>Fit Model SEM</i> .....	97
4.3	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	101
4.4	Hasil Uji Hipotesis .....	103
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>112</b>
5.1	Kesimpulan.....	112
5.2	Implikasi Managerial.....	115
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	118
5.4	Saran .....	119
5.4.1	Saran Praktis .....	119
5.4.2	Saran Teoritis .....	122
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>123</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>131</b>