

**DETERMINAN *REPURCHASE INTENTION* KONSUMEN
PRODUK *FASHION* PADA *TIKTOK LIVE STREAM***

VIKY EFFENDI

1707619001



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

PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

***DETERMINANTS OF CONSUMER REPURCHASE INTENTION
ON FASHION PRODUCTS IN TIKTOK LIVE STREAM***

VIKY EFFENDI

1707619001



***This thesis is prepared as one of the requirements for obtaining a Bachelor of
Education Degree at the Faculty of Economic, State University of Jakarta***

STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2023

ABSTRAK

VIKY EFFENDI. *Determinan Repurchase Intention* Konsumen Produk *Fashion* pada TikTok *Live Stream*. Jakarta: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang menentukan *repurchase intention* konsumen produk *fashion* pada TikTok *live stream*. Terdiri dari empat variabel yang digunakan, yaitu *repurchase intention*, *customer satisfaction*, *customer trust*, dan *service quality*. Penelitian ini dilakukan di Jabodetabek. Metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan skala *likert* dengan populasi yang digunakan adalah pengguna TikTok dengan rentang usia minimal 17 tahun. Pada penelitian ini, Teknik pengambilann sampel adalah *convenience sampling* sebanyak 251 responden yang diperoleh. Teknik analisis penelitian menggunakan SPSS (*Statistical Program for Social Science*) dan SEM (*Structural Equation Model*). Hasil penelitian yaitu *service quality* secara signifikan berpengaruh langsung terhadap *customer satisfaction*, *service quality* secara signifikan berpengaruh langsung terhadap *customer trust*, *customer satisfaction* secara signifikan berpengaruh langsung terhadap *customer trust*, *customer satisfaction* secara signifikan berpengaruh langsung terhadap *repurchase intention*, dan *customer trust* secara signifikan berpengaruh langsung terhadap *repurchase intention*.

Kata Kunci: *Repurchase intention*, *customer satisfaction*, *customer trust*, *service quality*.

ABSTRACT

VIKY EFFENDI. *Determinants of Consumer Repurchase Intention for Fashion Products on TikTok Live Stream.* Jakarta: Business Education Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University, 2023.

This study aims to examine the factors that determine the repurchase intention of consumers of fashion products on TikTok live streams. It consists of four variables used, namely repurchase intention, customer satisfaction, customer trust, and service quality. This research was conducted in Jabodetabek. Quantitative research method using a Likert scale with the population used is TikTok users with a minimum age range of 17 years. In this study, the sampling technique was convenience sampling as many as 251 respondents were obtained. Research analysis techniques using SPSS (Statistical Program for Social Science) dan SEM (Structural Equation Model) The results of the study are service quality which has a significant direct effect on customer satisfaction, service quality has a significant direct effect on customer trust, customer satisfaction has a significant direct effect on customer trust, customer satisfaction has a significant direct effect on repurchase intention, and customer trust has a significant direct effect on repurchase intentions.

Keywords: Repurchase intention, customer satisfaction, customer trust, service quality.

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Surel fe@unj.ac.id - www.fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D
NIP/NIDK : 197002122008121001
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Shandy Aditya, BIB, MPBS
NIP/NIDK : 198404082019031003
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Viky Effendi
No. Registrasi : 1707619001
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Judul Proposal Penelitian : Determinan *Repurchase Intention* Konsumen Produk *Fashion* Pada Tiktok *Live Stream*

untuk mengikuti Sidang Skripsi

Jakarta, 27 April 2023

Dosen Pembimbing I

Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D
NIP/NIDK. 197002122008121001

Dosen Pembimbing II

Shandy Aditya, BIB, MPBS
NIP/NIDK. 198404082019031003

Mengetahui,
Koord. Program Studi S1 Pendidikan Bisnis

Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd
NIP. 199302202019032022


Keterangan:

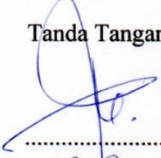
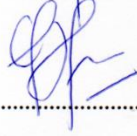
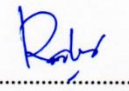
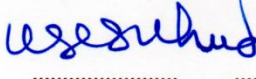

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi


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

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Andi Muhammad Sadat, M.Si., Ph.D NIP. 197412021200812001 (Ketua Sidang)		21/06/2023
2	Ika Febrilia SE., MM NIP. 198702092015042001 (Penguji 1)		21/06/2023
3	Rahmi, SE., M.S.M NIP. 198305012018032001 (Penguji 2)		21/06/2023
4	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		22/06/2023
5	Shandy Aditya, BIB, MPBS NIP. 198404082019031003 (Pembimbing 2)		23/06/2023

Nama : Viky Effendi
No. Registrasi : 1707619001
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 26 Mei 2023

LEMBAR ORIGINALITAS

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Viky Effendi

NIM : 1707619001

Program Studi : Pendidikan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Determinan Repurchase Intention Konsumen Produk Fashion pada TikTok *Live Stream*” ini adalah benar hasil karya saya sendiri. Oleh karena itu, terkait sumber informasi yang telah saya kutip ini disebutkan dalam teks lalu dicantumkan di daftar Pustaka.

Saya membuat surat ini dalam keadaan sadar dan sedang tidak dalam tekanan dari pihak mana pun. Saya ucapkan terima kasih atas perhatiannya.

Jakarta, 21 Juni 2023

Yang membuat pernyataan



Viky Effendi

NIM: 1707619001

SURAT PERNYATAAN 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 : Viky Effendi
NIM : 1707619001
Fakultas/Prodi : Ekonomi/ Pendidikan Bisnis
Alamat email : Vikyeffendi22117@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 :

“Determinan *Repurchase Intention* Konsumen Produk *Fashion* Pada *TikTok Live Stream*”

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, 3 Juli 2023

Penulis

Viky Effendi

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan dengan tepat waktu. Skripsi ini adalah bentuk perjuangan untuk memperoleh sarjana Pendidikan di Universitas Negeri Jakarta. Saya persembahkan untuk keluarga saya, Almarhum bapak saya, Ibu, Kakek, Nenek dan Ibu Puspa Sari Rustini yang senantiasa mendukung saya selama penyusunan skripsi ini. Kemudian saya persembahkan kepada Bapak Usep Suhud dan Bapak Shandy yang selalu membimbing dan mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi. Tak lupa teman-teman dan kerabat ialah Nurul Azizeh, Rifqi Ramadhani, Dafa Aprilia, Ni Wayan Silva, dan teman-teman dari Pendidikan Bisnis maupun Program Studi lain serta responden yang membantu saya mengisi kuesioner penelitian skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Determinan *Repurchase Intention* Konsumen Produk *Fashion* pada *TikTok Live Stream*”. Penyusunan Skripsi ini merupakan bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini, permasalahan tersebut tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasi atas kontribusi dalam penyusunan skripsi kepada:

1. Prof. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
3. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D sebagai dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, saran, dan dukungan motivasi peneliti selama penyusunan skripsi ini.
4. Shandy Aditya, BIB, MPBS sebagai dosen pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan,

arahan, saran, dan dukungan motivasi peneliti selama penyusunan skripsi ini.

5. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi, khususnya program studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan wawasan yang bermanfaat selama kuliah.
6. Keluarga dan orang terkasih yang senantiasa memberikan dukungan dan menemani saya selama ini.
7. Sahabat dan teman Pendidikan Bisnis 2019 yang telah membantu selama penyusunan skripsi.
8. Responden yang sudah meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner penelitian ini.

Peneliti mengetahui bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan maupun penyusunan skripsi ini. Harapannya, penelitian ini dapat memberikan manfaat, menambah pengetahuan serta pemahaman bagi para pembaca.

Jakarta, April 2023



Viky Effendi

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR ORIGINALITAS	v
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11

2.1	Teori Pendukung	11
2.1.1	<i>Repurchase Intention</i>	11
2.1.2	<i>Customer Satisfaction</i>	13
2.1.3	<i>Customer Trust</i>	16
2.1.4	<i>Service Quality</i>	17
2.2	Kerangka Teori	20
2.2.1	<i>Service Quality</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.2.2	<i>Service Quality</i> dan <i>Customer Trust</i>	21
2.2.3	<i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Trust</i>	22
2.2.4	<i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	22
2.2.5	<i>Customer Trust</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	23
2.3	Pengembangan Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	27
3.2	Desain Penelitian	27
3.3	Populasi dan Sampel	28
3.4	Pengembangan Instrumen	28
3.4.1	Definisi Konseptual	29
3.4.2	Definisi Operasional	29
3.4.3	<i>Repurchase Intention</i>	30
3.4.4	<i>Customer Satisfaction</i>	31
3.4.5	<i>Customer Trust</i>	32
3.4.6	<i>Service Quality</i>	33
3.5	Teknik Pengumpulan Data	34
3.6	Teknik Analisis Data	34

3.6.1 Uji Validitas.....	35
3.6.2 Uji Reliabilitas	35
3.6.3 Uji Hipotesis	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Deskripsi Data	38
4.1.1 Profil Responden.....	38
4.1.2 Profil Data.....	45
4.2 Hasil	50
4.2.1 Uji Validitas.....	50
4.2.2 Uji Reliabilitas	51
4.2.3 Uji Hipotesis	51
4.3 Pembahasan.....	54
4.3.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	54
4.3.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	55
4.3.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	56
4.3.4 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> 57	
4.3.5 Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	58
BAB V PENUTUP.....	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Implikasi.....	60
5.2.1 Implikasi Teoretis	60
5.2.2 Implikasi Praktis	61
5.3 Keterbatasan Penelitian	61
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	62

DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	71
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	104



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survei Penggunaan Media Sosial Secara Global	2
Gambar 1.2 Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia	3
Gambar 1.3 Pengguna TikTok Terbesar di Asia Tenggara.....	4
Gambar 1.4 Merek Lokal Indonesia.....	5
Gambar 2.1 Model Penelitian	25
Gambar 4. 1 Model Penelitian Sebelum Modifikasi.....	52
Gambar 4. 2 Hasil Uji Kelayakan Model.....	52



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Instrumen untuk Mengukur <i>Repurchase Intention</i>	30
Tabel 3.2 Instrumen untuk Mengukur <i>Customer Trust</i>	32
Tabel 3.3 Instrumen untuk Mengukur <i>Customer Satisfaction</i>	31
Tabel 3.5 Instrumen untuk Mengukur <i>Service Quality</i>	33
Tabel 3. 6 Skala <i>Likert Type</i>	34
Tabel 4. 1 Sebaran Jenis Kelamin Responden	39
Tabel 4. 2 Sebaran Domisili Responden	39
Tabel 4. 3 Sebaran Usia Responden.....	40
Tabel 4. 4 Sebaran Status Pekerjaan Responden	41
Tabel 4. 5 Sebaran Status Pernikahan Responden	41
Tabel 4. 6 Sebaran Durasi Penggunaan TikTok.....	42
Tabel 4. 7 Sebaran Pendapatan Responden.....	43
Tabel 4. 8 Sebaran Frekuensi Belanja Responden	44
Tabel 4. 9 Sebaran Jenis Barang	45
Tabel 4. 10 Karakteristik Data <i>Repurchase Intention</i>	46
Tabel 4. 11 Karakteristik Data <i>Customer Satisfaction</i>	47
Tabel 4. 12 Karakteristik Data <i>Customer Trust</i>	48
Tabel 4. 13 Karakteristik Data <i>Service Quality</i>	49
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas.....	51

Tabel 4. 16 Hasil Uji Kelayakan Model..... 53

Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis..... 54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Instrumen Penelitian.....	71
Lampiran 2 – Kartu Konsultasi.....	76
Lampiran 3 – Saran Perbaikan Skripsi.....	77
Lampiran 4 – Lembar Persetujuan Perbaikan Setelah Sidang Skripsi.....	78
Lampiran 5 – Hasil Turnitin.....	79
Lampiran 6 – Tabulasi Data <i>Repurchase Intention</i>	80
Lampiran 7 - Tabulasi Data <i>Customer Satisfaction</i>	86
Lampiran 8 - Tabulasi Data <i>Customer Trust</i>	92
Lampiran 9 - Tabulasi Data <i>Service Quality</i>	98