

**Pengaruh *E-Perceived Value* Dan *E-Service Quality* Terhadap
Repeat Purchase Intention Melalui *E-Satisfaction* Sebagai Variabel
Mediasi: Studi Pada Pengguna Aplikasi Restoran di DKI Jakarta**

BAGUS SETOAJI

1705619032



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

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

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

***THE INFLUENCE OF E-PERCEIVED VALUE AND E-SERVICE
QUALITY TOWARD REPEAT PURCHASE INTENTION WITH E-
SATISFACTION AS MEDIATION VARIABLE: A STUDY ON
USERS OF RESTAURANT APPLICATION AT DKI JAKARTA***

BAGUS SETOAJI

1705619032



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

***This Thesis was written to fulfilled one of the prerequisites obtaining Bachelor's
Degree of Management at Faculty of Economics State University of Jakarta***

MANAGEMENT STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMY

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2023

ABSTRAK

Bagus Setoaji: Pengaruh *e-perceived value* dan *e-service quality* terhadap *repeat purchase intention* melalui *e-satisfaction* sebagai variabel mediasi: studi pada pengguna aplikasi restoran di DKI Jakarta. Skripsi, Jakarta: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. dan Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M.

Tujuan dari disusunnya penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh positif dan signifikan *e-perceived value* dan *e-service quality* terhadap *repeat purchase intention* melalui *e-satisfaction* sebagai variabel mediasi. Pengumpulan data dilakukan dengan metode angket atau kuesioner yang didistribusikan secara *online* melalui platform media sosial seperti whatsapp, instagram, dan twitter. Objek adalah responden yang berdomisili di DKI Jakarta dan berusia 17 tahun ke atas, serta responden yang pernah bertransaksi melalui aplikasi restoran minimal 1 dalam kurun waktu paling lama 1 tahun terakhir. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 303 orang pengguna aplikasi restoran. Penelitian ini menggunakan software SPSS versi 25 dan SEM (*Structural Equation Model*) dari software Lisrel 8.80 untuk melakukan proses analisis dan pengolahan data hasil penelitian. Adapun hasil yang didapatkan pada penelitian ini menunjukkan bahwa *e-perceived value*, *e-service quality*, *e-satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repeat purchase intention*. Selain itu, *e-perceived value* dan *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction*. Serta, *e-perceived value* dan *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repeat purchase intention* melalui *e-satisfaction* sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci: *E-Perceived Value*, *E-Service Quality*, *Repeat Purchase Intention*, *E-Satisfaction*, Aplikasi Restoran.

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

ABSTRACT

Bagus Setoaji: The Influence of e-perceived value and e-service quality on repeat purchase intention through e-satisfaction as a mediating variable: study of restaurant application users in DKI Jakarta. Thesis, Jakarta: Management Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory team: Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. and Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M.

The purpose of writing this research is to test the positive and significant influence of e-perceived value and e-service quality on repeat purchase intention through e-satisfaction as a mediating variable. Data collection was carried out using a questionnaire method which was distributed online via social media platforms such as whatsapp, Instagram, and twitter. The study's objects are respondents who reside in DKI Jakarta and are above the ages of 17, as well as respondents who have transacted through restaurant applications at least once a year.. The sample used in this research was 303 restaurant application users. This research uses SPSS version 25 software and SEM (Structural Equation Model) from Lisrel 8.80 software to carry out the analysis and processing of research data. The result obtained in this research show that e-perceived value, e-service quality, e-satisfaction have a positive and significant effect on e-satisfaction. Also, e-perceived value and e-service quality have a positive and significant effect on repeat purchase intention through e-satisfaction as a mediating variable.

Keyword: *e-perceived value, e-service quality, repeat purchase intention, e-satisfaction, restaurant application.*






*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



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

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Andi Muhammad Sadat, M.Si., Ph.D NIP 197412212008121001 (Ketua Penguji)		6 November 2023
2	Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si NIP 197206171999031001 (Penguji 1)		6 November 2023
3	Agung Kresnamurti Rivai P, ST., M.M. NIP 197404162006041001 (Penguji 2)		6 November 2023
4	Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. NIP 197206272006041001 (Pembimbing 1)		6 November 2023
5	Dewi Agustin Pratama Sari, SE., M.S.M NIP 199308272020122024 (Pembimbing 2)		6 November 2023

Nama : Bagus Setouji
No. Registrasi : 1705619032
Program Studi : S1 Manajemen
Tanggal Lulus : 6 November 2023

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

LEMBAR ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta dengan data diri sebagai berikut:

Nama : Bagus Setoaji

NIM : 1705619032

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul "Pengaruh *E-Perceived Value* dan *E-Service Quality* Terhadap *Repeat Purchase Intention* Melalui *E-Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi: Studi Pada Pengguna Aplikasi Restoran Di DKI Jakarta" yaitu:

1. Saya menyusun skripsi ini menggunakan data penelitian yang saya peroleh melalui usaha saya sendiri
2. Saya membuktikan keaslian skripsi ini dan menegaskan bahwa ini adalah karya asli dan bukan replikasi atau interpretasi dari ide atau karya tulis penulis lain,
3. Saya menegaskan dan menyatakan bahwa skripsi yang disajikan di sini adalah hasil dari penelitian, kontemplasi dan upaya tekun saya. Skripsi ini mencerminkan ide-ide dan pemikiran saya yang telah disusun dengan sangat hati-hati.

Saya berkomitmen untuk menyajikan informasi yang akurat dan bersedia menerima dampak apapun yang mungkin timbul jika pernyataan saya terbukti salah.

Jakarta 7 Desember 2023



Bagus Setoaji

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
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 : Bagus Setoaji
NIM : 1705619032
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Manajemen
Alamat email : bagus.setoaji@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-Perceived Value* dan *E-Service Quality* Terhadap *Repeat Purchase Intention* Melalui *E-Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi: Studi Pada Pengguna Aplikasi Restoran di 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, 7 Desember 2023

Penulis

(Bagus Setoaji)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil 'alamin, puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia, Rahmat, dan hidayat-Nya, sehingga peneliti telah mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Shalawat dan salam senantiasa berlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW serta para sahabat dan pengikutnya. Skripsi ini disusun agar dapat memenuhi salah satu persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Manajemen pada program studi Strata-1 (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, dimana peneliti membahas tentang "Pengaruh *E-Perceived Value* dan *E-Service Quality* Terhadap *Repeat Purchase Intention* Melalui *E-Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi: Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Restoran di DKI Jakarta.

Penelitian ini tidak akan terwujud tanpa ada bimbingan, arahan dan bantuan dari para pihak agar bisa segera terselesaikan skripsi ini. Sebagaimana dengan hal itu, peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara moril ataupun materil serta bimbingan dan arahan dalam pelaksanaan, penelitian dan penyelesaian skripsi ini, yaitu:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Suherman M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa membimbing penulisan dan pengarahan dalam penyusunan Skripsi ini.
4. Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M. selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa membimbing penulisan dan pengarahan dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Dosen-dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang selama ini memberikan ilmu dan arahan dalam studi yang Penulis tempuh, serta Staf Program dan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dalam proses administrasi penulisan serta pemberkasan.

6. Terima kasih untuk kedua orang tua dan Mas Wahyu, Mas Hendro, Ajeng selaku saudara kandung penulis, yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
7. Terima kasih kepada Tasya, Aril, Kiki, Tazkia, Idham, Ismi, Almas, Alika, Linda, Dewi, Erika, Fajar, Putri, Kak Ellen, Pak Mundi, Pak Eko, dan lain-lainnya yang belum bisa saya sebutkan satu per satu senantiasa memberikan dukungan serta masukan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Terakhir, ucapan terima kasih kepada diri saya sendiri yang tetap bertahan dan berjuang berkomitmen menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas.

Penulis memahami bahwa masih terdapat kesalahan dan kekurangan yang dicatat dalam hardcopy postulat ini. Analisis serta ide yang berguna untuk mengerjakan postulasi ini untuk memperbaikinya. Penulis juga yakin bahwa proposal ini akan bermanfaat bagi pengguna dan pakar masa depan yang meneliti masalah serupa. Komposisi ini memanfaatkan aturan terkini yang disampaikan oleh Universitas Tinggi Negeri Jakarta.

Mencerdaskan dan Jakarta, 7 Desember 2023
Memartabatkan Bangsa



Bagus Setoaji

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 <i>E-Perceived Value</i>	12
2.1.2 <i>E-Service Quality</i>	14
2.1.3 <i>Repeat Purchase Intention</i>	17
2.1.4 <i>E-Satisfaction</i>	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Pikir.....	23
2.4 Pengembangan Hipotesis	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	30
3.2 Metode Penelitian.....	30
3.3 Jenis Data	31

3.4	Penentuan Populasi dan Sampel.....	31
3.4.1	Populasi	31
3.4.2	Sampel	31
3.5	Metode Pengumpulan Data	33
3.6	Operasionalisasi Variabel	34
3.6.1	Variabel Terikat (<i>Dependent Variabel</i>)	34
3.6.2	Variabel Bebas (<i>Independent Variabel</i>)	34
3.6.3	Variabel Mediasi (<i>Intervening Variabel</i>)	34
3.7	Skala Pengukuran.....	36
3.8	Teknik Analisis Data	37
3.8.1	Analisis Statistkik Deskriptif.....	38
3.8.2	Uji Validitas	39
3.8.3	Uji Reliabilitas.....	39
3.8.4	Uji Kesesuaian Model	40
3.8.5	Uji Hipotesis.....	42
BAB IV	PEMBAHASAN.....	43
4.1	Deskripsi Data	43
4.2	Analisis Data	46
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	46
4.2.2	Uji Validitas dan Realibilitas	51
4.2.3	Uji Kesesuaian Model	54
4.2.4	<i>Full</i> Model SEM.....	56
4.2.5	Uji Hipotesis.....	57
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1	Kesimpulan.....	66
5.2	Implikasi.....	68
5.2.1	Implikasi Teoritis	68
5.2.2	Implikasi Praktis	69
5.3	Keterbatasan Penelitian	74
5.4	Rekomendasi Pada Penelitian Selanjutnya	74
DAFTAR	PUSTAKA	76



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia	1
Gambar 1.2 PDB Industri Makanan dan Minuman Dalam Kuartal.....	2
Gambar 1.3 Konsumsi Restoran Cepat Saji di Lima Kota Besar	3
Gambar 1.4 Restoran Cepat Saji Dengan Pelayanan Teratas.....	3
Gambar 1.5 Layanan Paling Banyak Dipakai di Indonesia Tahun 2022	4
Gambar 1.6 Pendapatan Pada <i>Restaurant Apps</i> di Indonesia	5
Gambar 1.7 Pengguna <i>Platform & Restaurant to Consumer</i> 2017-2024	6
Gambar 2.1 Gambar Kerangka Pikir.....	23
Gambar 4.1 <i>Full Model First Order Construct</i>	55
Gambar 4.2 <i>Full Model SEM</i>	56
Gambar 4.3 Hasil Uji <i>T-Value</i> Lisrel.....	57



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ulasan Pengguna Aplikasi <i>Makanan dan minuman</i>	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel Dependen	34
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	37
Tabel 3.3 <i>Goodness of Fit Indices</i>	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal	44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-rata per Bulan.....	45
Tabel 4.6 Total Pengguna Berdasarkan Masing-masing Aplikasi Restoran.....	45
Tabel 4.7 Penggunaan Terakhir Aplikasi Restoran yang Sering digunakan	46
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif <i>E-Perceived Value</i>	46
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif <i>E-Service Quality</i>	47
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif <i>Repeat Purchase Intention</i>	49
Tabel 4.11 Hasil Analisis Deskriptif <i>E-Satisfaction</i>	50
Tabel 4.12 <i>KMO and Bartlett's Test E-Perceived Value</i>	51
Tabel 4.13 Validitas dan Realibilitas <i>E-Perceived Value</i>	51
Tabel 4.14 <i>KMO and Bartlett's Test E-Service Quality</i>	52
Tabel 4.15 Validitas dan Realibilitas <i>E-Service Quality</i>	52
Tabel 4.16 <i>KMO and Bartlett's Test Repeat Purchase Intention</i>	53
Tabel 4.17 Validitas dan Realibilitas <i>Repeat Purchase Intention</i>	53
Tabel 4.18 <i>KMO and Bartlett's Test E-Satisfaction</i>	53
Tabel 4.19 Validitas dan Realibilitas <i>E-Satisfaction</i>	53
Tabel 4.20 <i>Full Model First Order Construct</i>	55
Tabel 4.21 <i>First Order Construct</i>	56
Tabel 4.22 Uji Hipotesis.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2. Uji Validitas	91
Lampiran 3: Uji Realibilitas.....	95
Lampiran 4: Confirmatory Factor Analysis	97
Lampiran 5: Uji Hipotesis.....	98
Lampiran 6: Hasil Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	99



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*