

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI *REPURCHASE INTENTION*
MELALUI *E-SATISFACTION* PADA KONSUMEN ALFAGIFT DALAM
PEMBELIAN PRODUK *GROCERY* DI JABODETABEK**

FANY JULIANTO

1705619013



**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

2024

FACTORS AFFECTING REPURCHASE INTENTION AND E-SATISFACTION IN CONSUMERS ALFAGIFT IN PURCHASING GROCERY PRODUCTS IN JABODETABEK

FANY JULIANTO

1705619013



Thesis is Written as One of The Requirements for Getting Bachelor Degree of Management on Faculty of Economics State University of Jakarta

MANAGEMENT STUDIES PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2024

ABSTRAK

Fany Julianto: Faktor-Faktor yang Memengaruhi Repurchase Intention dan E-Satisfaction pada Konsumen Alfacita dalam Pembelian Produk Grocery di Jabodetabek. Skripsi, Jakarta: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dibuat untuk meneliti dan menguji pengaruh signifikan 1) *brand image* terhadap *repurchase intention* 2) *e-service quality* terhadap *repurchase intention* 3) *brand image* terhadap *e-satisfaction* 4) *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* 5) *e-satisfaction* terhadap *repurchase intention* 6) *brand image* terhadap *repurchase intention* melalui *e-satisfaction* 7) *e-service quality* terhadap *repurchase intention* melalui *e-satisfaction*. Penelitian dilaksanakan dengan metode instrumen survey *online* melalui google form dan dianalisis menggunakan SPSS versi 26 dan SEM (*Structural Equation Model*) dari software AMOS versi 26. Target responden dari penelitian ini adalah konsumen Alfacita yang telah membeli produk Alfacita setidaknya 3 kali dalam 3 bulan terakhir yang bertempat tinggal di Jabodetabek. Dari 246 responden yang terkumpul, hasil penelitian menyatakan semua hipotesis diterima dan signifikan.

Keywords: *Alfacita, Repurchase Intention, E-Satisfaction, Brand image, E-Service Quality*

ABSTRACT

Fany Julianto: Factors Affecting Repurchase Intention and E-Satisfaction in Consumers Alfagift in Purchasing Grocery Products in Jabodetabek. hesis, Jakarta: Management Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta.

This study was made to examine and examine the significant effect of 1) brand image on repurchase intention 2) e-service quality on repurchase intention 3) brand image on e-satisfaction 4) e-service quality on e-satisfaction 5) e-satisfaction on repurchase intention 6) brand image on repurchase intention through e-satisfaction 7) e-service quality on repurchase intention through e-satisfaction. The research was conducted using an online survey instrument method via google form and analyzed using SPSS version 26 and SEM (Structural Equation Model) from AMOS software version 26. The target respondents of this study were Alfagift consumers who had purchased Alfagift products at least 3 times in the last 3 month who residing in Jabodetabek. Of the 246 respondents who were collected, the results stated that all hypotheses were accepted and significant.

Keywords: Alfagift, Repurchase Intention, E-Satisfaction, Brand image, E-Service Quality



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 : Fany Julianto
NIM : 1705619013
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi
Alamat email : julianfany217@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 :

Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Repurchase Intention* dan *E-Satisfaction* pada Konsumen Alfagift dalam Pembelian Produk *Grocery* di Jabodetabek

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 Februari 2024

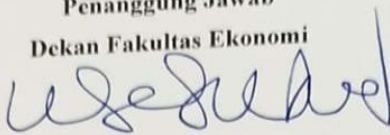
Penulis


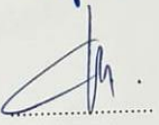
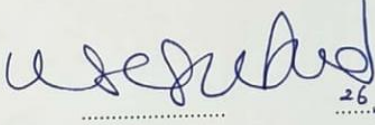

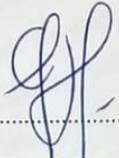
(Fany Julianto)

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi


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

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M NIP 197404162006041001 (Ketua Sidang)		26 Januari 2024
2	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M NIP 199308272020122024 (Penguji 1)		6 Februari 2024
3	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP 197002122008121001 (Penguji 2)		26 Januari 2024
4	Dr. Osly Usman, M.Bus. NIP 197401152008011008 (Pembimbing 1)		6 Februari 2024
5	Ika Febrilia, SE, M.M. NIP 198702092015042001 (Pembimbing 2)		30 Januari 2024

Nama : Fany Julianto
No. Registrasi : 1705619013
Program Studi : Manajemen
Tanggal Lulus : 18 Januari 2024

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

F072020

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fany Julianto

NIM : 1705619013

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "**Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Repurchase Intention* dan *E-Satisfaction* pada Konsumen Alfagift dalam Pembelian Produk *Grocery* di Jabodetabek**" 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, 7 Febuari 2024
Yang membuat pernyataan



Fany Julianto
NIM. 1705619013

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, karunia, dan izinNya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, keluarga, serta sahabatnya. Skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Repurchase Intention* Melalui *E-Satisfaction* Pada Konsumen Alfagift dalam Pembelian Produk *Grocery* di Jabodetabek” ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti mendapatkan bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Maka peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak, terutama kepada:

1. Dr. Osly Usman, M.Bus selaku dosen pembimbing I yang senantiasa membimbing dan mengarahkan peneliti dari awal penulisan skripsi ini hingga selesai.
2. Ika Febrilia, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang senantiasa membimbing dan mengarahkan peneliti dari awal penulisan skripsi ini hingga selesai.
3. Prof. Agung Dharmawan B, MM., Ph.D selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Kedua orang tua peneliti, yang tak henti-hentinya memberikan doa, dukungan, dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen-dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu serta memberi pengarahan dalam studi yang peneliti tempuh, serta Staf program Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dalam proses administrasi

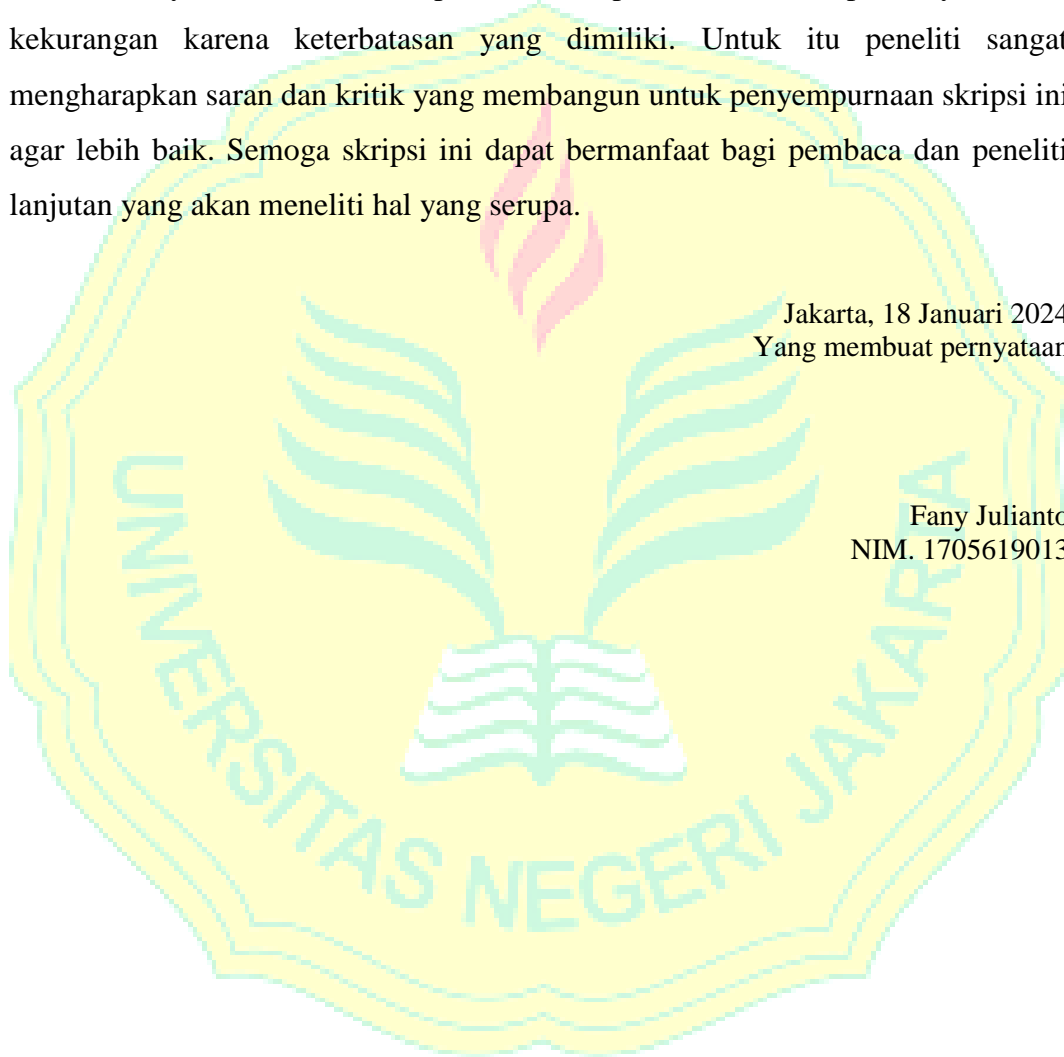
dan pemberkasan.

7. Kakak-kakak senior yang telah memberikan arahan dan saran dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman mahasiswa Manajemen 2019 khususnya Manajemen B 2019 yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak sekali kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki. Untuk itu peneliti sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini agar lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti lanjutan yang akan meneliti hal yang serupa.

Jakarta, 18 Januari 2024
Yang membuat pernyataan

Fany Julianto
NIM. 1705619013



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR ORISINALITAS	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	viix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II	13
KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Teori Pendukung	13
2.1.1 <i>Repurchase Intention</i>	13
2.1.2 <i>E-Satisfaction</i>	16
2.1.3 <i>Brand Image</i>	18
2.1.4 <i>E-Service Quality</i>	21

2.2	Kerangka Teori	24
2.2.1	Kerangka Teori.....	24
2.4.1	Penelitian Terdahulu	33
2.4.2	Kerangka Hipotesis	34
BAB III	36
KAJIAN PUSTAKA	METODE PENELITIAN.....	37
3.1	Waktu dan Tempat	37
3.1.1	Penelitian Waktu Penelitian	37
3.1.2	Tempat Penelitian.....	37
3.2	Desain Penelitian	37
3.2.1	Metode Penelitian.....	37
3.2.2	Jenis Data	37
3.3	Populasi dan Sampel.....	37
3.3.1	Populasi	37
3.3.2	Sampel.....	37
3.4	Pengembangan Instrumen.....	38
3.4.1	Variabel Bebas atau Tidak Terikat (<i>Independent</i>)	38
3.4.2	Variabel Terikat (<i>Dependent</i>)	40
3.4.3	Variabel Mediasi (Intervening Variabel).....	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5.1	Skala Pengukuran.....	44
3.6	Teknik Analisis Data.....	45
3.6.1	Uji Validitas	45
3.6.2	Uji Reliabilitas	46
3.6.3	Uji Kesesuaian Model	46
3.6.4	Uji Hipotesis	50

3.6.5	Model SEM	50
BAB IV	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1	Deskripsi Data	51
4.1.1	Profil Responden.....	51
4.1.2	Analisis Data	54
4.2	Pembahasan	58
4.2.1	Uji Validitas dan Relibilitas	58
4.2.2	Uji Hipotesis	69
BAB V	72
KESIMPULAN	72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Implikasi	73
5.2.1	Implikasi Teoritis	73
5.2.2	Implikasi Praktisi	73
5.3	Keterbatasan Penelitian	75
5.4	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	92
BIODATA PENULIS	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai Transaksi E-commerce di Indonesia 2019-2023	1
Gambar 1. 2 <i>Consumer Insights Survey The Global Consumer: Changed for Good</i> (2021).....	3
Gambar 1. 3 Aplikasi yang Digunakan Responden untuk Belanja Kebutuhan Rumah Tangga Bulanan (2022)	5
Gambar 1. 4 Aduan Konsumen	9
Gambar 2. 1 Kerangka Hipotesis	35
Gambar 3. 1 Model SEM Diolah dengan AMOS.....	51
Gambar 4. 1 Model <i>First Construct</i> Variabel <i>Brand Image</i>	63
Gambar 4. 2 Model <i>First Construct</i> Variabel <i>E-Service Quality</i>	63
Gambar 4. 3 Model <i>First Construct</i> Variabel <i>E-Satisfaction</i>	64
Gambar 4. 4 Model <i>First Construct</i> Variabel <i>Repurchase Intention</i>	65
Gambar 4. 5 <i>Full Model</i> SEM AMOS	66
Gambar 4. 6 <i>Fitted Model</i> SEM AMOS.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Aplikasi Pangan Tahun 2023	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	40
Tabel 3. 2 <i>Likert-type 6 Interval</i>	45
Tabel 3. 3 <i>Goodness of Fit Indices</i>	50
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Domisili	52
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan	53
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran dalam Satu Bulan.....	54
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i>	55
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif <i>E-Service Quality</i>	56
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif <i>Repurchase Intention</i>	57
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif <i>E-Satisfaction</i>	58
Tabel 4. 10 KMO and Barlett's Test Variabel <i>Brand Image</i>	59
Tabel 4. 11 EFA dan Uji Reabilitas Variabel <i>Brand</i>	59
Tabel 4. 12 KMO and <i>Barlett's Test</i> Variabel <i>E-Service Quality</i>	60
Tabel 4. 13 EFA dan Cronboach's Alpha Variabel <i>E-Service Quality</i>	60
Tabel 4. 14 KMO and <i>Barlett's Test</i> Variabel <i>Repurchase Intention</i>	61
Tabel 4. 15 EFA dan Uji Reliabilitas Variabel <i>Repurchase Intention</i>	61
Tabel 4. 16 KMO and <i>Barlett's Test</i> Variabel <i>E-Satisfaction</i>	62
Tabel 4. 17 EFA dan Uji Reliabilitas Variabel <i>E-Satisfaction</i>	62
Tabel 4. 18 Hasil Uji <i>First Construct</i> Variabel <i>Brand Image</i>	63
Tabel 4. 19 Hasil Uji <i>First Construct</i> Variabel <i>E-Service Quality</i>	64
Tabel 4. 20 Hasil Uji <i>First Construct</i> Variabel <i>E-Satisfaction</i>	64
Tabel 4. 21 Hasil Uji <i>First Construct</i> Variabel <i>Repurchase Intention</i>	65
Tabel 4. 22 Hasil <i>Full Model</i> SEM AMOS.....	66
Tabel 4. 23 Hasil Uji <i>Fitted Model</i> SEM AMOS.....	67
Tabel 4. 24 Hasil Pernyataan Indikator <i>Fitted Mode</i>	68
Tabel 4. 25 Hasil Uji Hipotesis Langsung	70
Tabel 4. 26 Hasil Uji Hipotesis Tidak Langsung	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	95
Lampiran 2 Tabulasi Hasil Kuesioner	101
Lampiran 3 Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	102
Lampiran 4 Lembar Perbaikan SUP	103
Lampiran 5 Lembar Konsultasi	104
Lampiran 6 EFA dan Crobachis Alpha	106
Lampiran 7 Biodata Hidup	115

