

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI, PERSEPSI
KEAMANAN DAN PENGALAMAN BERBELANJA TERHADAP MINAT
BELI ULANG DI APLIKASI SHOPEE**

(Studi kasus pada Mahasiswa FEB Universitas Kristen Indonesia)

SKRIPSI

Oleh:

Teresa Dortua Hutaauruk

1931150024



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA**

2023

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI, PERSEPSI
KEAMANAN DAN PENGALAMAN BERBELANJA TERHADAP MINAT
BELI ULANG DI APLIKASI SHOPEE**

(Studi kasus pada Mahasiswa FEB Universitas Kristen Indonesia)

Diajukan guna melengkapi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana
Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Kristen Indonesia

SKRIPSI

Oleh:

Teresa Dortua Hutaauruk

1931150024



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2023**



PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Teresa Dortua Hutaaruk

NIM : 1931150024

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI, PERSEPSI KEAMANAN DAN PENGALAMAN BERBELANJA TERHADAP MINAT BELI ULANG DI APLIKASI SHOPEE (Studi kasus pada Mahasiswa FEB Universitas Kristen Indonesia)” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku - buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi skripsi saya
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan diatas, maka skripsi ini dianggap batal.

Jakarta, 11 Juli 2023



Teresa Dortua Hutaaruk



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI, PERSEPSI
KEAMANAN DAN PENGALAMAN BERBELANJA TERHADAP MINAT
BELI ULANG DI APLIKASI SHOPEE (Studi kasus pada Mahasiswa FEB
Universitas Kristen Indonesia)

Oleh:

Nama : Teresa Dortua Hutaauruk
NIM : 1931150024
Program Studi : Manajemen
Peminatan : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang
Skrripsi guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu / pada Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia

Jakarta, 11 Juli 2023

Menyetujui:

Pembimbing I

(Sautman Sinaga, SE., MM.)
(NIDN: 0014015801)

Pembimbing II

(Ir. Emerald G.M Tobing, MM.)
(NIDN:0320045803)

Ketua Program Studi Manajemen

(Jonny Siagian, SE., MM.)
(NIDN: 0301086104)

Dekan



(Dr. Ir. Ktut Silvanita Mangani, MA.)
(NIDN:0015096301)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Pada tanggal 11 Juli 2023 telah diselenggarakan Sidang Skripsi telah diselenggarakan untuk memenuhi Sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : Teresa Dortua Hutaauruk

NIM 1931150024

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Termasuk ujian Skripsi yang berjudul “PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI, PERSEPSI KEAMANAN DAN PENGALAMAN BERBELANJA TERHADAP MINAT BELI ULANG DI APLIKASI SHOPEE (Studi kasus pada Mahasiswa FEB Universitas Kristen Indonesia)” oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji

Jabatan dalam Tim Penguji

Tanda Tangan

Fenny B.N.L Tobing, SE.,MA.

Sebagai Ketua

Carolina F.Sembiring, SE.,MM.

Sebagai Anggota

Sautman Sinaga, SE.,MM.

Sebagai Anggota

Jakarta , 11 Juli 2023



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Teresa Dortua Hutauruk

NIM : 1931150024

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Judul : Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Persepsi Keamanan Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang di Aplikasi Shopee (Studi kasus pada Mahasiswa FEB Universitas Kristen Indonesia).

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Skripsi tersebut bukan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/ kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Non-eksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak
4. menyimpan, mengalih media/ format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundang-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademik yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku

Dibuat di Jakarta
Pada Tanggal, 11 Juli 2023



Teresa Dortua Hutauruk

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmatnya , penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul: **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Persepsi Keamanan, dan Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli Ulang di Aplikasi Shopee (studi kasus pada mahasiswa FEB Universitas Kristen Indonesia).**

Penelitian ini dibuat dan disusun sebagai tugas akhir penulis serta sebagai syarat yang harus dipenuhi guna menempuh sidang ujian sarjana serta untuk mendapatkan gelar sarjana manajemen pada program studi manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia (FEB UKI).

Dalam penyusunan skripsi ini penulis juga menyadari tidak sedikit kendala dan halangan yang dihadapi penulis penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan terdapat kekurangan yang disebabkan keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Namun berkat bantuan dan kontribusi dari berbagai pihak maka penulisan dan penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Selama belajar di program studi manajemen FEB UKI penulis mendapat banyak ilmu dan pelajaran yang bermanfaat bagi kehidupan serta wawasan penulis dalam proses pembuatan skripsi ini penulis banyak dibantu dan diberi arahan dukungan serta semangat oleh orang-orang di sekitar penulis

Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang Tua tercinta, yang sudah sangat sabar memberikan dukungan moril, materil, maupun spiritual agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar, tidak lupa juga untuk kakak dan abangku, yang selalu mengingatkan, memberikan dukungan, semangat dan juga arahan serta doa untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Dhaniswara K. Harjono, SH.,M.H., MBA., selaku Rektor Universitas Kristen Indonesia.

3. Dr. Ir. Ktut Silvania Mangani, M.A., selaku Dekan dan Dr. Melinda Malau, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
4. Jonny Siagian, SE., MMA., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
5. Sautman Sinaga, S.E., MM., selaku dosen pembimbing materi yang telah meluangkan waktu dan tenaganya serta dengan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Ir. Emerald G.M Tobing, MM., selaku Dosen Pembimbing Teknis.
7. Ganda Hutapea, S.E., MBM., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
9. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
10. Rekan-rekan mahasiswa Angkatan 2019 yang selalu belajar Bersama yang tidak sedikit bantuannya, penulis mengucapkan terimakasih atas dukungan dan juga waktunya selama kurang lebih 4 tahun telah bersama dengan penulis.
11. Terima kasih teruntuk semua teman-teman dan juga kerabat yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, dorongan dan motivasi sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini.

Kiranya penelitian ini dapat bermanfaat, serta memberikan ilmu yang baru dan lebih lagi bagi pembaca. Akhir kata, dengan segala rasa syukur penulis mengucapkan terimakasih ke semua pihak, Tuhan memberkati.

Jakarta, 11 Juli 2023

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	5
1.3 Tujuan penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Ruang lingkup penelitian.....	6
BAB II URAIAN TEORITIS	
2.1 Pemasaran.....	7
2.2 Minat Beli Ulang.....	8
2.2.1 Defenisi Minat Beli Ulang.....	8
2.2.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat beli ulang.....	8
2.2.3 Indikator Minat Beli Ulang.....	10

2.3 Kemudahan Penggunaan Aplikasi.....	10
2.3.1 Defenisi Kemudahan Penggunaan.....	10
2.3.2 Indikator Kemudahan Penggunaan.....	11
2.4 Persepsi Keamanan.....	12
2.4.1 Defenisi Keamanan.....	12
2.4.2 Indikator Persepsi Keamanan.....	13
2.5 Pengalaman Berbelanja.....	13
2.5.1 Defenisi Pengalaman Berbelanja.....	13
2.5.2 Indikator Pengalaman Berbelanja.....	14
2.6 <i>E-commerce</i>	15
2.6.1 Defenisi <i>Ecommerce</i>	15
2.7 Penelitian Terdahulu.....	15
2.8 Pengaruh Antar Variabel.....	17
2.8.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat beli ulang.....	17
2.8.2 Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Minat beli ulang.....	18
2.8.3 Pengaruh Pengalaman Berbelanja terhadap Minat beli ulang.....	19
2.8.4 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Persepsi Keamanan, Pengalaman Berbelanja secara Bersama-sama terhadap Minat beli ulang...	20
2.9 Kerangka Berpikir.....	21
2.10 Hipotesis Penelitian.....	22

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian.....	24
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
3.3. Populasi.....	24
3.4. Sampel dan Teknik Sampling.....	24
3.4.1. Sampel.....	24
3.4.2. Teknik Sampling.....	25

3.5. Teknik pengumpulan data.....	25
3.6. Jenis dan Sumber Data.....	26
3.7. Identifikasi Variabel.....	26
3.8. Definisi operasional dan Indikator Variabel.....	27
3.8.1. Kemudahan Penggunaan.....	27
3.8.2. Persepsi Keamanan.....	27
3.8.3. Pengalaman Berbelanja.....	27
3.8.4. Minat Beli Ulang.....	28
3.9. Skala Pengukuran Variabel.....	28
3.10. Uji Instrumen Data.....	29
3.10.1. Uji Validitas.....	29
3.10.2. Uji Reliabilitas.....	29
3.11. Metode Analisis Data.....	29
3.11.1. Uji Statistik Deskriptif.....	29
3.11.2. Uji Normalitas.....	30
3.11.3. Uji Multikolinearitas.....	30
3.11.4. Uji Heterokedastisitas.....	31
3.11.5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	31
3.11.6. Uji t.....	32
3.11.7. Uji F.....	32
3.11.8. Koefisien Determinasi.....	32

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	34
4.2 Deskripsi Data Responden.....	34
4.2.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
4.2.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	35

4.2.3 Data Responden Berdasarkan Tahun angkatan.....	35
4.2.4 Data Responden Berdasarkan Program Studi.....	36
4.2.5 Data Responden Berdasarkan Jenis Barang.....	36
4.3 Pengujian Instrumen.....	37
4.3.1 Uji Validitas.....	37
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	38
4.3 Analisis Data.....	38
4.3.1 Uji Statistik Deskriptif.....	38
4.3.2 Uji Normalitas.....	39
4.3.4 Uji Multikolinearitas.....	40
4.3.5 Uji Heteroskedastisitas.....	41
4.3.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
4.3.7 Uji t.....	43
4.3.8 Uji F.....	44
4.3.9 Koefisien Determinasi.....	45
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	46
5.2 Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA.....	48
LAMPIRAN.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Likert.....	29
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.....	35
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Program Studi.....	36
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Jenis Barang.....	36
Tabel 4. 6 Uji Statistik Deskriptif.....	37
Tabel 4. 7 Penilaian Pada Setiap Pernyataan Variabel.....	38
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	39
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	40
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	42
Tabel 4. 12 Regresi Linear Berganda.....	44

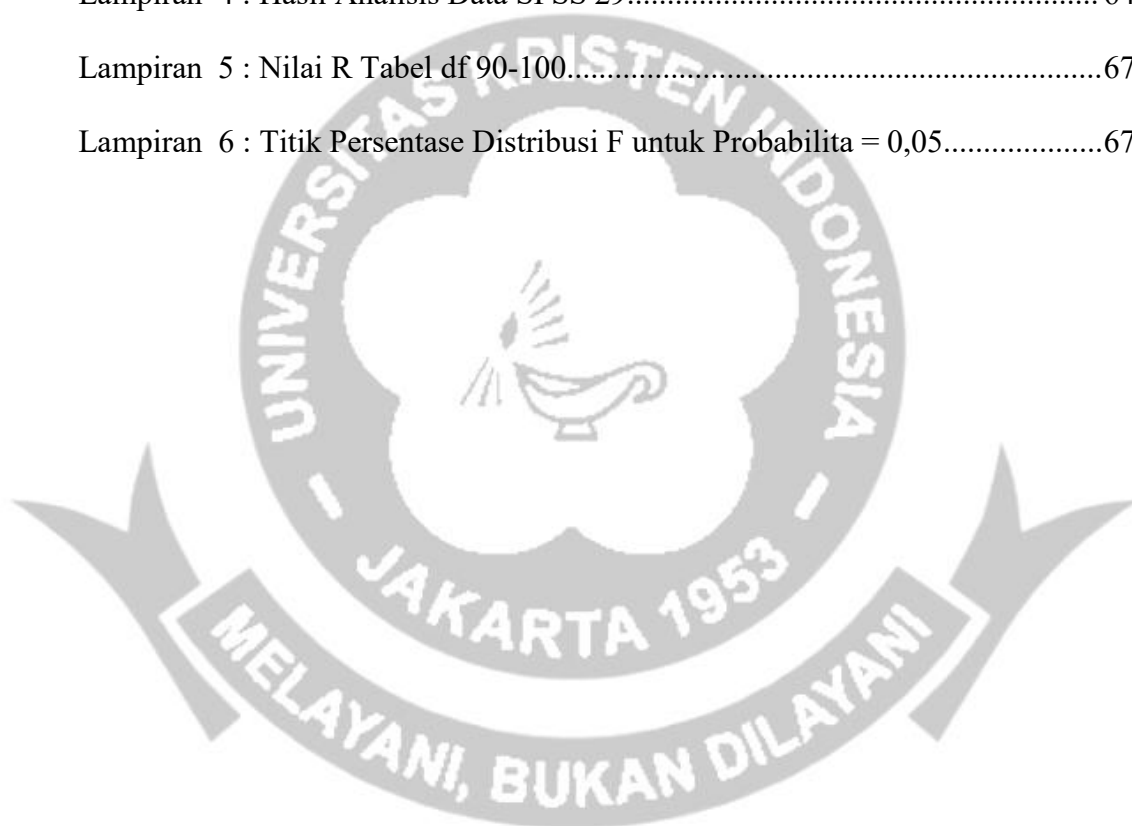
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Pengunjung Shopee sampai kuartal II 2022.....	3
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir.....	21
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	50
Lampiran 2: Tabulasi Data 100 Responden.....	55
Lampiran 3: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	60
Lampiran 4 : Hasil Analisis Data SPSS 29.....	64
Lampiran 5 : Nilai R Tabel df 90-100.....	67
Lampiran 6 : Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05.....	67



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Persepsi Keamanan dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang di Aplikasi Shopee. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan tiga variabel bebas yaitu Kemudahan penggunaan aplikasi, Persepsi keamanan dan Pengalaman berbelanja serta variabel terikat yaitu Minat Beli Ulang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner secara online dengan *Google form*. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* terhadap 100 responden pengguna Aplikasi Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia. Analisis data penelitian menggunakan Uji statistik deskriptif, Uji asumsi klasik, Analisis Regresi linier berganda dan Uji hipotesis memakai Uji t, uji F, serta Koefisien Determinasi. Hasil analisis Regresi linier berganda menunjukkan persamaan $Y = 0,572 + 0,17 X_1 + 0,256 X_2 + 1,034 X_3 + e$. Koefisien Determinasinya adalah 0,718. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel bebas sebesar 71,80 % dan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Uji t terhadap variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X_1) menghasilkan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, variabel Persepsi Keamanan (X_2) menghasilkan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ serta variabel Pengalaman Berbelanja (X_3) menghasilkan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Uji F menghasilkan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa: 1). Kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. 2). Persepsi keamanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, 3). Pengalaman berbelanja mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, 4). Kemudahan Penggunaan, Persepsi Keamanan Dan Pengalaman Berbelanja secara Bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci : Kemudahan penggunaan aplikasi, persepsi keamanan, pengalaman berbelanja, minat beli ulang

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of ease of use of the application, perceived security and shopping experience on repurchasing interest in the Shopee application. This research is a quantitative research with three independent variables namely Ease of use of the application, Perceived security and Shopping Experience and the dependent variable namely Repurchase Intention. The data collection technique used in this study was using an online questionnaire with the Google form. The sampling technique used was purposive sampling of 100 respondents using the Shopee application for students of the Faculty of Economics and Business at the Indonesian Christian University. Analysis of research data using descriptive statistical tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis and hypothesis testing using t tests, F tests, and the coefficient of determination. The results of multiple linear regression analysis show the equation $Y = 0.572 + 0.17 X_1 + 0.256 X_2 + 1.034 X_3 + e$. The coefficient of determination is 0.718. This shows that the proportion of the contribution of the independent variable is 71.80% and the rest is influenced by other variables not included in this study. The t test on the Ease of Use variable (X_1) yields a significance value of $0.001 < 0.05$, the Perception of Security variable (X_2) yields a significance value of $0.001 < 0.05$ and the Shopping Experience variable (X_3) yields a significance value of $0.001 < 0.05$. The F test produces a significance value of $0.001 < 0.05$. The results of the study concluded that: 1). Ease of use has a positive and significant influence on repurchase intention. 2). Perceived safety has a positive and significant influence on repurchase intention, 3). Shopping experience has a positive and significant influence on repurchase intention, 4). Ease of Use, Perceived Safety and Shopping Experience Together have a significant influence on repurchase intention.

Keywords: *Ease of use of the application, perceived security, shopping experience, repurchase intention*