

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI BAGI PENGGUNA LAYANAN
GRABFOOD PADA APLIKASI *GRAB* DI KOTA PADANG**



Oleh:

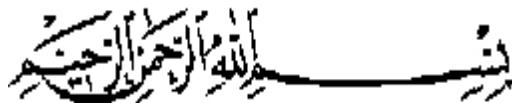
FADHIL MUMTAZ

1810011211161

Dosen Pembimbing : Reni Yuliviona, S.E., M.M., Ph.D.

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG
2022**

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum warahmatullah wabarakatuh

Puji syukur alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dalam menjalani masa perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI BAGI PENGGUNA LAYANAN GRABFOOD PADA APLIKASI GRAB DI KOTA PADANG**".

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademis dalam menempuh ujian sarjana dan untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang.

Segala upaya dan kemampuan yang maksimal telah penulis berikan dalam penulisan skripsi ini guna sebagai penambahan, pengembangan wawasan dan studi. Namun demikian penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan – kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca guna kesempurnaan penulisan ilmiah ini.

Dalam penelitian skripsi ini penulis banyak memperoleh dukungan motivasi, bantuan serta bimbingan dari berbagai. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua dan seluruh keluarga besar serta teman- teman. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya. Dengan ini diiringirasa hormat yang mendalam penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Terima kasih kepada Allah SWT (ini adalah rahmat dan anugrah yang paling berarti dalam hidupku, Allah yang selalu menolongku, mempermudah dan melancarkan semua urusan-urusan perkuliahanaku, mengabulkan semua Do'a ku, sehingga menjadikanku sebagai Sarjana Manajemen dan manusia yang berakal dengan menjadikan Al-Qur'an sebagai pedoman hidupku).
2. Teristimewa untuk Kedua Orang Tua, terimakasih telah sampai saat ini telah mendidikku dari kecil sampai sekarang, dalam keadaan yang adanya susah dan senang, terimakasih telah membeskarkanku untuk sampai saat ini,karena tiadanya dirimu,mungkin saya tidak bisa di posisi seperti ini dan bisa mendapat gelar "Sarjana Manajemen" karena dibalik semua itu,"Bukan diriku yang hebat,tapi doa orang tua ku yang hebat".
3. Bapak Prof. Dr. Tafdil Husni, S.E., MBA selaku Rektor Universitas Bung Hatta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu dengan segala kebijaksanaannya
4. Terima kasih Ibu Dr. Erni Febrina Harahap,S.E.,M.Si. selaku Dekan Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

5. Terima kasih Ibu Herawati, S.E.,M.Si.,Ak.CA.selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
6. Terima kasih Ibu Lindawati, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
7. Terima kasih Bapak Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
8. Terima kasih Ibu Reni Yuliviona, S.E., M.M.,Ph.D. selaku pembimbing, terima kasih atas semua ilmu yang ibu berikan kepada saya, baik itu selama perkuliahan maupun selama proses bimbingan skripsi dengan meluangkan waktu ibu. Dorongan arahan dan petunjuk yang telah ibu berikan dari tidak tahu hingga mengetahui dan mengerti. Sekali lagi terima kasih banyak buk.
9. Terima kasih kepada Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan semasa perkuliahan dan para karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah memberikan bantuan dan kelancaran penyusunan skripsi ini.
10. Terimakasih kepada Sahabat-sahabat yang penulis sayangi, Muhammad Shadiq, Reinaldy Abdi Nugraha, Fikhrial Pasha, Reizky Halfarez, Dheana Marcia, Ella Mustika, Silfia Novriani dan sahabat-sahabat yang lainnya, terimakasih telah banyak membantu dalam membuat skripsi ini dan memberi semangat serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

11. Terima kasih Teman-teman Manajemen angkatan 2018 (yang telah bersama-sama bahu membahu dalam suka dan duka selama perkuliahan, semoga semua yang kita perbuat menjadi kenangan dan pengajaran di masa yang akan datang).
12. Terimakasih juga kepada pihak yang tidak sempat penulis cantumkan satu persatu disini, bagi kalian yang penulis kenal, atau kalian yang kenal penulis kalian sudah penulis simpan dalam kenangan terindah. Terimakasih sudah mengisi setiap putaran detik dalam hidup penulis selama masa perkuliahan kurang lebih 4 tahun
13. Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak, demi kesempurnaan penulis pada masa yang akan datang. Semoga skripsi ini berguna bagi kita semua.

Wassallamualaikum wr.wb

Padang, 4 Juli 2022

Fadhil Mumtaz

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Fadhil Mumtaz

Npm : 1810011211161

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Citra Merek
Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen
Sebagai Variabel Mediasi Bagi Pengguna Layanan
GrabFood Pada Aplikasi Grab Di Kota Padang.

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan
kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian
komprehensif pada hari **Kamis, 14 Juli 2022**.

Disetujui oleh,

Pembimbing



Reni Yuliviona, S.E., M.M., Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta



Dr. Erni Erciana Hurahap, SE.,M.Si

**THE EFFECT OF EASE OF USE AND BRAND IMAGE ON REPURCHASE
INTENTION WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATION
VARIABLE FOR GRABFOOD SERVICE USERS IN GRAB APPLICATION IN
PADANG CITY**

Fadhil Mumtaz ¹, Reni Yuliviona, S.E., M.M.,Ph.D. ²

*Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta
University*

E-mail:¹⁾fadhilumtaz07@gmail.com ²⁾reniyuliviona@bunghatta.co.id

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of trust and quality of electronic services on repurchase interest. This study used a data collection method by distributing questionnaires. The population and samples used in this study were 80 GrabFood users in Padang City. The data analysis method in this study uses SEM PLS, which includes: Measurement Model Assessment, Descriptive Analysis, R Square and Structural Model Assessment. From the test results, it can be concluded that Ease of Use does not have a positive effect on Repurchase Interest in GrabFood.in Padang City, Ease of Use has a positive effect on Consumer Satisfaction at Grabfood in Padang City, Brand Image has a positive effect on Repurchase Interest in Grabfood City, Brand Image has a positive effect on Grabfood Consumer Satisfaction in Padang City, Consumer Pontifical mediates the relationship between Ease of Use and Buying Interest Repurchase, Consumer Satisfaction mediates the relationship between Brand Image and Repurchase Interest and Consumer Satisfaction has a positive effect on Repurchase Interest.

Keyword : Ease Of Use, Brand Image, Customer Satisfaction, Repurchase Intention

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI BAGI PENGGUNA LAYANAN
GRABFOOD PADA APLIKASI *GRAB* DI KOTA PADANG**

Fadhil Mumtaz¹, Reni Yuliviona, S.E., M.M.,Ph.D.²

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bung Hatta

E-mail:¹fadhilmumtaz07@gmail.com ²reniyuliviona@bunghatta.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan elektronik terhadap minat beli ulang. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan menyebarluaskan kuesioner. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini pengguna *GrabFood* di Kota Padang yang berjumlah sebanyak 80 responden. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan SEM PLS, yang meliputi: *Measurement Model Assessment*, *Analisis Deskriptif*, *R Square* dan *Structural Model Assessment*. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh positif terhadap Minat beli Ulang pada *GrabFood*.di Kota Padang, Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen pada *GrabFood* di Kota Padang, Citra Merek berpengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang pada *GrabFood* di Kota Padang, Citra Merek berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen *GrabFood* di Kota Padang, Kepuasan Konsumen memediasi hubungan antara Kemudahan Penggunaan dengan Minat Beli Ulang, Kepuasan Konsumen memediasi hubungan antara Citra Merek dengan Minat Beli Ulang serta Kepuasan Konsumen berpengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan, Citra Merek, Kepuasan Konsumen dan
Minat Beli Ulang

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR ISI.....vii

DAFTAR TABEL.....xii

DAFTAR GAMBAR.....xiii

DAFTAR LAMPIRANxiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8

BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Literatur	9
2.1.1 Minat Beli Ulang.....	9
2.1.1.1 Pengertian Minat Beli ulang.....	9
2.1.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang	10
2.1.2 Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	13
2.1.3 Kemudahan Penggunaan.....	14
2.1.3.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan.....	14
2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Kemudahan Penggunaan	15
2.1.4 Citra Merek	16

2.1.4.1 Pengertian Citra Merek	16
2.1.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek.....	17
2.2 Pengembangan Hipotesis	19
2.2.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli Ulang	19
2.2.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Konsumen.....	20
2.2.3 Pengaruh Citra merek terhadap Minat Beli Ulang.....	21
2.2.4 Pengaruh Citra merek terhadap Kepuasan Konsumen.....	22
2.2.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen Memediasi antara Kemudahan Penggunaan dengan Minat Beli Ulang	23
2.5.6 Pengaruh Kepuasan Konsumen Memediasi antara Citra Merek dengan Minat Beli Ulang	24
2.2.7 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang.....	25
2.3 Kerangka Konseptual	27
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Objek, Populasi, dan Sampel Penelitian	28
3.2.1 Objek	28
3.2.2 Populasi	28
3.2.3 Sampel.....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.4.1 Minat Beli Ulang.....	29

3.4.2 Kepuasan Konsumen.....	31
3.4.3 Kemudahan Penggunaan.....	32
3.4.4 Citra Merek	32
3.5 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	33
3.5.1 Uji Validitas	33
5.5.1.1 Convergent Validity.....	34
3.5.1.2 Discriminant Validity.....	34
3.5.2 Uji Reliabilitas	35
3.5.3 Analisis Deskriptif	35
3.5.3 R Square	37
3.5.4 Structural Model Assessment.....	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	38
4.1.1 Response Rate	38
4.1.2 Profil Responden.....	39
4.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	41
4.2.1 Uji Measurement (Outer) Model.....	41
4.2.1.1 Uji Validitas	42
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	48
4.2.2 Analisis Deskriptif	49
4.2.2.1 Minat Beli Ulang.....	49
4.2.2.2 Kepuasan Konsumen.....	50

4.2.2.3 Kemudahan Penggunaan.....	52
4.2.2.4 Citra Merek	53
4.2.3 Uji Model Struktural (Inner Model).....	54
4.2.3.1 R Square (R2).....	54
4.2.4 Uji Hipotesis.....	55
4.3 Pembahasan.....	60
4.3.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli Ulang	60
4.3.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Konsumen.....	61
4.3.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang	62
4.3.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	64
4.3.5 Kepuasan Konsumen memediasi hubungan antara Kemudahan Penggunaan dengan Minat Beli Ulang	65
4.3.6 Kepuasan Konsumen memediasi hubungan antara Citra Merek dengan Minat Beli Ulang	67
4.3.7 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang.....	68
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Implementasi Penelitian.....	72
5.3 Saran-saran	73
DFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jasa Transportasi Paling sering Digunakan	3
Tabel 1.2 Survei awal Minat beli Ulang	4
Table 3. 1 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR)	37
Tabel 4.1 Response Rate.....	38
Tabel 4.2 Profil Responden.....	39
Tabel 4.3 Hasil Analisis Convergent validity (Tahap 1).....	44
Table 4.4 Hasil Analisis Convergent Validity (Tahap 2).....	45
Tabel 4.5 Output AVE	46
Tabel 4.6 Output Pengujian Akar AVE pada <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	47
Tabel 4.7 Cross Loading Model.....	47
Tabel 4.8 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	48
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Minat Beli Ulang	49
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen	51
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Kemudahan Penggunaan	52
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Citra Merek	53
Tabel 4.13 Nilai R Square.....	54
Tabel 4.14 <i>Path Coeffecients (Mean, STDEV, T-Values)</i>	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	27
Gambar 4.1 Model Pengukuran Awal.....	42
Gambar 4.2 Model Pengukuran Akhir.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Response Rate	80
Lampiran II Kusioner Penelitian.....	81
Lampiran III Tabulasi Data.....	90
Lampiran IV Profil Responden	102
Lampiran V Measurement Model Assessement	103
Lampiran VI Analisis Deskriptif.....	109
Lampiran VII R Square	112
Lampiran VIII Model Pengukuran Akhir	113