

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *SALES PROMOTION*  
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA PENGGUNA  
*MARKETPLACE SHOPEE* DI KOTA PADANG**

**SKRIPSI**



**OLEH**

**ANNISA FEBRIANA**

**1810011211069**

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen*

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

**2022**

### TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Nama : Annisa Febriana

Npm : 1810011211069

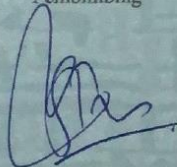
Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Sales Promotion*  
Terhadap *Repurchase Intention* Pada Pengguna  
*Marketplace* Shopee 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 **Senin, 25 Juli 2022**.

Pembimbing



Mery Trianita, S.E., M.M

Disetujui oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Bung Hatta



Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *SALES PROMOTION*  
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA PENGGUNA  
*MARKETPLACE SHOPEE* DI KOTA PADANG**

Annisa Febriana<sup>1</sup>, Mery Trianita<sup>2</sup>

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail : [annisafeb03@yahoo.com](mailto:annisafeb03@yahoo.com), [merytrianita@bunghatta.ac.id](mailto:merytrianita@bunghatta.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara *e-service quality* dan *sales promotion* terhadap *repurchase intention* pada pengguna *marketplace* shopee di kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *marketplace* shopee di kota Padang. Dengan jumlah sampel sebanyak 60 orang responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *e-service quality* tidak berpengaruh terhadap *repurchase intention* pada pengguna *marketplace* shopee di kota Padang. *Sales promotion* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention* pada pengguna *marketplace* shopee di kota Padang. Dan *Sales promotion* memiliki pengaruh paling dominan terhadap *repurchase intention* *smartphone* pada pengguna *marketplace* shopee di kota Padang.

***Kata kunci*** : *E-Service Quality, Sales Promotion, Repurchase Intention.*

***THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY AND SALES PROMOTION ON  
REPURCHASE INTENTION ON MARKETPLACE SHOPEE USERS IN  
PADANG CITY***

Annisa Febriana<sup>1</sup>, Mery Trianita<sup>2</sup>

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

E-mail : [annisafeb03@yahoo.com](mailto:annisafeb03@yahoo.com), [merytrianita@bunghatta.ac.id](mailto:merytrianita@bunghatta.ac.id)

***ABSTRACT***

*This study aims to examine the effect of e-service quality and sales promotion on repurchase intention of shopee marketplace users in the city of Padang. The population in this study are shopee marketplace users in the city of Padang. With a sample of 60 respondents who were selected using purposive sampling technique. The type of data used is primary data through questionnaires. The data analysis method used is quantitative using multiple linear regression analysis. Data processing is done by using the SPSS program. Based on the results of the study, it can be concluded that e-service quality has no effect on repurchase intention of shopee marketplace users in the city of Padang. Sales promotion has a positive effect on repurchase intention of shopee marketplace users in the city of Padang. And Sales promotion has the most dominant influence on smartphone repurchase intention on shopee marketplace users in the city of Padang.*

***Keywords:*** *E-Service Quality, Sales Promotion, Repurchase Intention.*

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB 1</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II</b> .....	<b>11</b>
<b>LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>11</b>
2.1 Kajian Literatur .....	11
2.1.1 <i>Repurchase Intention</i> .....	11
2.1.2 <i>E-Service Quality</i> .....	15
2.1.3 <i>Sales Promotion</i> .....	17
2.2 Pengembangan Hipotesis .....	20
2.2.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	20
2.2.2 Pengaruh <i>Sales Promotion</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	21
2.3 Kerangka Konseptual .....	22
<b>BAB III</b> .....	<b>23</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
3.1 Objek Penelitian, Populasi dan Sampel.....	23
3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.3 Jenis Data dan Sumber Data.....	24

3.4 Definisi Operasional Variabel .....	24
3.4.1 <i>Repurchase Intention</i> .....	24
3.4.2 <i>E-Service Quality</i> .....	25
3.4.3 <i>Sales Promotion (X2)</i> .....	26
3.5 Pengukuran Instrumen .....	26
3.6 Teknik Analisis Data .....	27
3.6.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	27
3.6.2 Analisis Deskriptif .....	28
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	29
3.6.5 Pengujian Hipotesis .....	30
<b>BAB IV .....</b>	<b>32</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	32
4.1.1 <i>Response Rate</i> .....	32
4.1.2 Profil Responden .....	33
4.1.3 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	35
4.2 Pembahasan .....	49
4.2.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	49
4.2.2 Pengaruh <i>Sales Promotion</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	50
<b>BAB V .....</b>	<b>52</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>52</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>55</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>58</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>82</b>