

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA GOFOOD
DI PADANG**

SKRIPSI



OLEH:

ABID GHALY PUTRA

1810011211146

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen*

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BUNG HATTA

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Nama : Abid Ghaly Putra

Npm : 1810011211146

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang pada Gofood di Padang

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari **Kamis, 21 Juli 2022**.

Disetujui oleh,

Pembimbing

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Irda, S.E. M.A

Universitas Bung Hatta



Dr. Feni Febrina Harahap, SE.,M Si

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA GOFOOD DI PADANG

Abid Ghaly Putra¹, Irda, S.E., M.A²,

¹Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

²Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail: ghalyabid@gmail.com , irda@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner secara *online* menggunakan *google form*. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini Konsumen Gofood pada aplikasi GoJek di Kota Padang yang berjumlah sebanyak 60 responden. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah PLS. Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan metode analisis meliputi: *Measurement Model Assessment* , *Analisis Deskriptif*, *R Square*, *Q square* dan *Structural Model Assessment*. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif atau signifikan terhadap Minat Beli Ulang. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif atau signifikan terhadap Minat Beli Ulang.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Minat Beli Ulang

THE EFFECT OF PERCEIVED EASE OF USE AND QUALITY OF SERVICE ON GOFOOD REPURCHASE INTEREST IN PADANG CITY

Abid Ghaly Putra¹, Irda, S.E., M.A²,

¹Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University

²Lecturers from the Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University

E-mail: ghalyabid@gmail.com , irda@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to explain the effect of perceived ease of use and service quality on repurchase intention. This study uses data collection methods by distributing online questionnaires using google form. The population and samples used in this study were Gofood consumers on the GoJek application in the city of Padang, totaling 60 respondents. The data analysis method in this research is PLS. The hypotheses in this study were tested using analytical methods including: Measurement Model Assessment, Descriptive Analysis, R Square, Q Square and Structural Model Assessment. From the test results, it can be concluded that the perceived ease of use has a positive or significant effect on repurchase intention. Service quality has a positive or significant effect on repurchase intention.

Keyword : perceived ease of use, service quality , repurchase intention

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
2.1 KajianLiteratur.....	11
2.1.1Minat Beli Ulang	11
2.1.1.1 Pengertian Minat Beli Ulang	11
2.1.1.2 Pentingnya Minat Beli Ulang	12
2.1.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang	13
2.1.2Persepsi Kemudahan Penggunaan	14
2.1.2.1 Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan	14
2.1.2.2Pentingnya Persepsi Kemudahan Penggunaan	15
2.1.2.3Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Kemudahan Penggunaan ..	16
2.1.3Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.3.1Pengertian Kualitas Pelayanan.....	17

2.1.3.2 Pentingnya Kualitas Pelayanan	18
2.1.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	19
2.2 Pengembangan Hipotesis	21
2.2.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Ulang .	21
2.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang.....	22
2.3 Kerangka Konseptual	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Objek Penelitian.....	25
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	26
3.5 Populasi dan Sampel.....	26
3.6 Definisi Operasional Variabel	28
3.6.1 Minat Beli Ulang (Y).....	28
3.6.1.1 Indikator minat beli ulang (Y).....	29
3.6.1.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1).....	29
3.6.1.3 Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	30
3.6.2 Kualitas Pelayanan(X2)	30
3.6.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan(X2).....	31
3.7 Teknik Analisis Data	31
3.7.1 Partial Least Square	31
3.7.1.1 <i>Measurement Model Assesement</i>	31
3.7.1.2 Analisis Deskriptif	33
3.7.1.3 <i>R Square dan Q square</i>	34
3.7.1.4 <i>Structural Model Assesement</i>	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Hasil Penelitian	36
4.1.1 <i>Response Rate</i>	36
4.1.2 Profil Responden.....	37
4.2 Pengujian Instrumen Penelitian	39
4.2.1 Uji Measurement (Outer) Model	39
4.2.1.1 Uji Validitas	39
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	48
4.2.2 Analisis Deskriptif	48
4.2.2.1 Minat Beli Ulang (Y)	48
4.2.2.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1).....	49
4.2.2.3 Kualitas Pelayanan (X2)	51
4.2.3 Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	52
4.2.3.1 <i>R Square</i> (R^2).....	52
4.2.4 Uji Hipotesis	53
4.3 Pembahasan.....	55
4.3.1 Pengaruh Persepsi kemudahan penggunaan terhadap Minat Beli Ulang pada Gofood	55
4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang pada Gofood	56
 BAB V PENUTUP.....	 57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Implementasi Penelitian.....	57
5.3 Saran-saran.....	58
 DAFTAR PUSTAKA.....	 60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentasi penggunaan aplikasi transportasi online di Indonesia	2
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1 Model Pengukuran Tahap I	41
Gambar 4.2 Model Pengukuran Tahap II	43
Gambar 4.3 Model Pengukuran Tahap III	44
Gambar 4.4 Model Pengukuran Tahap Akhir	45

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Fenomena Tingkat minat beli ulang	7
Tabel 3.1 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR)	34
Tabel 3.2 R square dan Q square	35
Tabel 4.1 Respon Rate	36
Tabel 4.2 Profil Responden.....	37
Tabel 4.3 Hasil Analisis Convergent Validity (Tahap 1).....	40
Tabel 4.4 Hasil Analisis Convergent Validity (Tahap II)	42
Tabel 4.5 Hasil Analisis Convergent Validity (Tahap III).....	44
Tabel 4.6 Hasil Analisis Convergent Validity (Tahap IV)	45
Tabel 4.7 Output AVE	46
Tabel 4.8 Output Pengujian Akar AVE pada Fornell-Larcker Crition	47
Tabel 4.9 Cross Loading Model	47
Tabel 4.10 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	48
Tabel 4.11 Minat Beli Ulang.....	49
Tabel 4.12 Persepsi Kemudahan Penggunaan	50
Tabel 4.13 Kualitas Pelayanan.....	51
Tabel 4.14 Nilai R square.....	52
Tabel 4.15 Path Coeffecients (Mean, STDEV, T-Values)	53