

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT  
BELI ULANG PADA *MARKETPLACE* SHOPEE**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bung Hatta)**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH:**

**WAHYUDHA ANUGRAH**

**1810011211021**

**Dosen Pembimbing : Irda, S.E, M.A**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS BUNG HATTA**

**2022**

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

### TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Nama : Wahyudha Anugrah

Npm : 1810011211021

Program Studi : Strata Satu (S1)

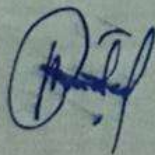
Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pada *Marketplace* Shopee (studi kasus pada mahasiswa universitas bung hatta)

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari Sabtu, 23 Juli 2022.

Disetujui oleh,

Pembimbing



Irda, S.E., M.A

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta



Dr. Erni Pebina Harahap, SE.,M.Si

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA *MARKETPLACE* SHOPEE**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bung Hatta)**

**Wahyudha Anugrah<sup>1</sup>, Irda, S.E., M.A<sup>2</sup>,**

<sup>1</sup>Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

<sup>2</sup>Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail: [wahyudhaanugrah@gmail.com](mailto:wahyudhaanugrah@gmail.com) , [irda@bunghatta.ac.id](mailto:irda@bunghatta.ac.id)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan Pengaruh Kualitas produk, Harga dan Promosi 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 *Marketplace* Shopee pada mahasiswa Universitas Bung Hatta yang berjumlah sebanyak 80 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*, dan *Structural Model Assessment*. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif atau signifikan terhadap Minat beli ulang. Harga tidak berpengaruh positif atau signifikan terhadap Minat beli ulang. Promosi berpengaruh positif atau signifikan terhadap Minat beli ulang.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Minat Beli Ulang**

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND PROMOTION ON REPURCHASING INTEREST IN MARKETPLACE SHOPEE**

*(Case Study on Bung Hatta University Students)*

**Wahyudha Anugrah<sup>1</sup>, Irda, S.E., M.A<sup>2</sup>,**

*<sup>1</sup>Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University*

*<sup>2</sup>Lecturers from the Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University*

*E-mail: [wahyudhaanugrah@gmail.com](mailto:wahyudhaanugrah@gmail.com) , [irda@bunghatta.ac.id](mailto:irda@bunghatta.ac.id)*

**ABSTRACT**

*This study aim to explain the Effect Of Product quality, Price And Promotion On Repurchasing interest. This study use data collection methods by distributing online questionnaires using google form. The population and sample used in this study are Shopee's costumers in Bung Hatta University Students, totaling 80 respondents. The data analysis methods in this study were PLS. The hypotheses in this study were tested using analytical methods including : Measurement Model Assessment, Descriptive Analysis, R Square and Structural Model Assessment. From the test results it can be concluded tha the Product quality has a positive or significant effect on Repurchasing interest. Price has no positive or significant effect on Repurchasing interest. Promotion has a positive or significant effect on Repurchasing interest.*

***Keyword : Product Quality, Price, Promotion, Repurchasing interest.***

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II .....</b>	<b>11</b>
<b>KAJIAN LITERATURE DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>11</b>
2.1 Kajian Literatur .....	11
2.1.1 Minat Beli Ulang .....	11
2.1.2 Kualitas Produk .....	12
2.1.2.2 Dimensi Kualitas Produk .....	13
2.1.3 Harga .....	14
2.1.4 Promosi.....	15
2.2 Pengembangan Hipotesis .....	17
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang .....	17
2.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang .....	18
2.2.3 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Ulang.....	18
2.3 Kerangka Konseptual .....	19
<b>BAB III.....</b>	<b>21</b>

<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>21</b>
3.1 Objek Penelitian .....	21
3.2 Populasi dan sample .....	21
3.2.1 Populasi .....	21
3.2.2 Sampel .....	21
3.3 Jenis data dan sumber data .....	22
1. Data primer .....	22
2. Data Sekunder .....	22
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.6 Defenisi Operasional Variabel .....	23
3.6.1 Minat Beli Ulang (Y).....	23
3.6.2 Kualitas Produk (X1).....	24
3.6.3 Harga (X2).....	25
3.6.4 Promosi (X3) .....	26
3.7 Skala Pengukuran Instrumen.....	27
3.7 Teknik Analisis Data.....	28
3.7.1. Partial Least Square .....	28
<b>BAB IV.....</b>	<b>32</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	32
4.1.1. Response Rate.....	32
4.1.2 Profil Responden .....	33
4.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	38
4.2.1 Uji Measurement (Outer) Model .....	38
<b>1. Convergent Validity .....</b>	<b>40</b>
<b>2. Discriminant Validity .....</b>	<b>44</b>
4.2.2 Analisis Deskriptif.....	46
4.2.3 Uji Model Struktural (Inner Model) .....	50
4.2.4 Uji Hipotesis .....	51

4.3 Pembahasan.....	54
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang pada Marketplace Shopee .....	54
4.3.2 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Ulang pada Marketplace Shopee .....	55
4.3.3 Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli Ulang pada Marketplace Shopee.....	56
<b>BAB V .....</b>	<b>57</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>57</b>
5.1 Kesimpulan.....	57
5.1.1 Implikasi Penelitian .....	57
5.1.2 Keterbatasan Penelitian .....	58
5.2 Saran-saran .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>60</b>