

**PENGARUH *EFFORT EXPECTANCY*, *TRUST*, DAN *EXPERIENCE*  
TERHADAP *SATISFACTION* DAN *ONLINE REPURCHASE*  
*INTENTION* PADA *MOBILE* APLIKASI SHOPEE  
DI SURABAYA**



**OLEH:**

**ALVARINA MEYLINDA SALLY  
3103013277**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2017**

**PENGARUH *EFFORT EXPECTANCY*, *TRUST*, DAN *EXPERIENCE*  
TERHADAP *SATISFACTION* DAN *ONLINE REPURCHASE*  
*INTENTION* PADA *MOBILE* APLIKASI SHOPEE  
DI SURABAYA**

SKRIPSI  
Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen

**OLEH:**

**ALVARINA MEYLINDA SALLY**

**3103013277**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2017**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *EFFORT EXPECTANCY, TRUST, DAN EXPERIENCE*  
TERHADAP *SATISFACTION* DAN *ONLINE REPURCHASE*  
*INTENTION* PADA *MOBILE APLIKASI SHOPEE*  
DI SURABAYA**

Oleh:

**Alvarina Meylinda Sally**

**3103013277**

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Veronika Rahmawati SE., M.Si

NIK. 311.98.0361

Tanggal: 21 Dec 2017

Pembimbing II,



Dra.Ec. M.G. Temengkol, MM

NIK.311.88.0140

Tanggal: 22 / 12 / 2017

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Alvarina Meylinda Sally NRP: 3103013277.  
Telah diuji pada tanggal 15 Januari 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim  
Penguji.

Kctua Tim Penguji:



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.si  
NIK. 311.95.0228

Mengetahui:



Dr. Ludovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI  
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc  
NIK. 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Wida Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alvarina Meylinda Sally

NRP : 3103013277

Judul Skripsi : Pengaruh *Effort Expectancy, Trust, dan Experience* Terhadap *Satisfaction* dan *Online Repurchase Intention* Pada *Mobile* Aplikasi Shopee Di Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 22 Desember 2017



Yang menyatakan,

(Alvarina Meylinda Sally)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Effort Expectancy*, *Trust*, dan *Experience* Terhadap *Satisfaction* dan *Online Repurchase Intention* Pada *Mobile* Aplikasi Shopee Di Surabaya”. Untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Adapun dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis tak lupa menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen
3. Ibu Veronika Rahmawati SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Ibu Dra.Ec., M.G. Temengkol, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Dr Fenika Wulani M.Si. selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis selama menempuh kuliah dari semester satu hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

6. Seluruh Dosen dari Konsentrasi Manajemen Ritel, yang telah memberikan ilmu kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis, Jurusan Manajemen, yang telah memberikan seluruh ilmunya dalam masa perkuliahan.
8. Kepada Papa, Mama, Ko Albert dan Ci Fany, yang telah menyisihkan waktunya, memberikan dukungan, semangat, serta doa yang tak terhingga bagi penulis selama ini untuk tetap berjuang menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu.
9. Seluruh teman-teman penulis, terutama Alex, Sherly, Ce Shary, Ce Novi, dan Meidy, mahasiswa seperjuangan Rumpun Ritel, hingga teman kos, yang selalu mendukung dan senantiasa mengingatkan penulis untuk terus menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
10. Semua pihak yang bersangkutan dengan penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu, telah membantu kelancaran jalannya penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih memiliki kelemahan ataupun kekurangan, mengingat keterbatasan pengetahuan, waktu, tenaga, dan keterbatasan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun dari semua pihak, dengan harapan dapat menyempurnakan penyusunan skripsi ini menjadi lebih baik lagi kedepannya. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 22 Desember 2017

Alvarina Meylinda Sally

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> -----	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> -----	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> -----	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> -----	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> -----	v
<b>DAFTAR ISI</b> -----	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> -----	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> -----	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> -----	xiii
<b>ABSTRAK</b> -----	xiv
<b>ABSTRACT</b> -----	xv
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> -----	1
1.1. Latar Belakang Masalah -----	1
1.2. Rumusan Masalah -----	6
1.3. Tujuan Penelitian -----	7
1.4. Manfaat Penelitian-----	7
1.5. Sistematika Penulisan -----	8
<b>BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b> -----	10
2.1. Penelitian Terdahulu -----	10
2.2. Landasan Teori-----	13
2.2.1. <i>Unified of Acceptance and Use of Technology</i> ( <i>UTAUT</i> )-----	13
2.2.2. <i>Repurchase Intention</i> -----	15
2.2.3. <i>Satisfaction</i> -----	17



2.2.4. <i>Effort Expectancy</i> -----	20
2.2.5. <i>Trust</i> -----	21
2.2.6. <i>Experience</i> -----	23
2.3. Pengaruh antar Variabel -----	25
2.4. Model Penelitian -----	28
2.5. Hipotesis -----	29
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b> -----	<b>30</b>
3.1. Desain Penelitian-----	30
3.2. Identifikasi Variabel Penelitian-----	30
3.3. Definisi Operasional Variabel-----	30
3.4. Jenis dan Sumber Data -----	32
3.5. Pengukuran Variabel -----	33
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data-----	33
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel ----	34
3.8. Teknik Analisis Data -----	35
3.8.1. Uji Normalitas Data-----	35
3.8.2. Uji Validitas dan Reliabilitas -----	36
3.8.3. Uji Kecocokan Keseluruhan Model -----	37
3.8.4. Uji Kecocokan Model Struktural-----	39
3.8.5. Uji Hipotesis -----	39
<b>BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> -----	<b>40</b>
4.1. Karakteristik Responden -----	40
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian -----	46
4.3. Uji Asumsi SEM -----	50
4.3.1. Uji Normalitas -----	50
4.3.2. Uji Validitas -----	52
4.3.3. Uji Reliabilitas -----	53
4.4. Uji <i>Goodness of Fit</i> -----	54

4.5. Uji Kecocokan Model Struktural -----	54
4.6. Uji Hipotesis -----	55
4.7. Pembahasan -----	57
<b>BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN-----</b>	<b>61</b>
5.1. Simpulan -----	61
5.2. Saran -----	61
5.2.1. Saran Akademis -----	61
5.2.2. Saran Praktis -----	62

**DAFTAR KEPUSTAKAAN**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Pengguna internet di Indonesia, Tahun 2015 & 2016 --	2
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang -----	12
Tabel 3.1. Uji Kecocokan Keseluruhan Model -----	39
Tabel 4.1. Menggunakan <i>Mobile</i> Aplikasi Shopee -----	40
Tabel 4.2. Pernah Berbelanja Menggunakan Aplikasi Shopee -----	41
Tabel 4.3. Domisili -----	41
Tabel 4.4. Jenis Kelamin -----	42
Tabel 4.5. Usia -----	42
Tabel 4.6. Frekuensi Belanja -----	43
Tabel 4.7. Tingkat Pendidikan -----	44
Tabel 4.8. Pekerjaan -----	44
Tabel 4.9. Pendapatan/Uang Saku per Bulan -----	45
Tabel 4.10. Interval Rata-rata -----	46
Tabel 4.11. Statistik Deskriptif Variabel <i>Effort Expectancy</i> ( $X_1$ ) ---	47
Tabel 4.12. Statistik Deskriptif Variabel <i>Trust</i> ( $X_2$ )-----	47
Tabel 4.13. Statistik Deskriptif Variabel <i>Experience</i> ( $X_3$ ) -----	48
Tabel 4.14. Statistik Deskriptif Variabel <i>Satisfaction</i> ( $Y_1$ )-----	49
Tabel 4.15. Statistik Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i> ( $Y_2$ )	50
Tabel 4.16. <i>Test of Univariate Normality for Continuous Variables</i>	51
Tabel 4.17. <i>Test of Multivariate Normality for Continuous Variables</i> -----	51
Tabel 4.18. Hasil Uji Validitas -----	52
Tabel 4.19. Hasil Uji Reliabilitas -----	53
Tabel 4.20. Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i> -----	54
Tabel 4.21. Persamaan <i>Satisfaction</i> dengan <i>Effort Expectancy</i> ,	

	<i>Trust</i> , dan <i>Experience</i> -----	54
Tabel 4.22.	Persamaan <i>Repurchase Intention</i> dengan <i>Satisfaction</i> --	55
Tabel 4.23.	Pengujian Hipotesis -----	56

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Konstruk UTAUT -----	14
Gambar 2.2. Kerangka Penelitian -----	29

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Hasil Kuesioner
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Uji Validitas
- Lampiran 7. Uji Reliabilitas
- Lampiran 8. Uji *Structural Equation Modeling*(SEM)
- Lampiran 9. Gambar *Estimates*, Gambar *Standardized Solution*, Gambar *T-Values*

## **Pengaruh *Effort Expectancy*, *Trust*, dan *Experience* Terhadap *Satisfaction* dan *Online Repurchase Intention* Pada *Mobile* Aplikasi Shopee di Surabaya**

### **ABSTRAK**

Bisnis *online shopping* telah menjadi salah satu jenis usaha yang memiliki prospek cukup baik dimasa ini. Untuk bersaing, Shopee menyediakan aplikasi yang memudahkan konsumen untuk berbelanja menggunakan *mobile* aplikasi Shopee. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *Effort Expectancy*, *Trust*, dan *Experience* terhadap *Satisfaction* dan *Online Repurchase Intention* pada *Mobile* Aplikasi Shopee di Surabaya. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling (SEM)* dan menggunakan program LISREL. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. Penelitian ini mengambil 150 responden sebagai sampel. Karakteristik dari responden yaitu pernah berbelanja menggunakan *mobile* aplikasi Shopee dalam 6 bulan terakhir, berusia 17 tahun dan berdomisili di Surabaya. Hasil penelitian ini membuktikan: (1) *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*; (2) *Trust* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*; (3) *Experience* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*; (4) *Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention* pada konsumen yang menggunakan *Mobile* Aplikasi Shopee di Surabaya.

**Kata Kunci:** *Effort Expectancy*, *Trust*, *Experience*, *Satisfaction*, *Repurchase Intention*.

***The Effect of Effort Expectancy, Trust, and Experience To Satisfaction  
and Online Repurchase Intention on Mobile Application Shopee in  
Surabaya***

**ABSTRACT**

*Online shopping is one of the variant bussiness that has good prospect in this time. To compete with others bussiness, Shopee has mobile application that makes it easier for consumers to shopping with mobile application. This research aims to analyze The Effect of Effort Expectancy, Trust, and Experience To Satisfaction and Online Repurchase Intention on Mobile Application Shopee in Surabaya. Data analysis techniques used are Structural Equation Modeling (SEM) and use LISREL program. The sampling technique used is nonprobability sampling, by purposive sampling. This research took 150 respondents as a sample. Characteristics of respondents are customers who had used the mobile application Shopee minimum in the last 6 months, at least 17 years old, with consideration of customers considered enough age to make choices, and domiciled in Surabaya. The results of this research prove: (1) Effort expectancy has a positive impact on satisfaction; (2) Trust has a positive impact on satisfaction; (3) Experience has a positive impact on satisfaction; (4) Satisfaction has a positive impact on repurchase intention customers on Mobile Application Shopee in Surabaya*

**Keywords: *Effort Expectancy, Trust, Experience, Satisfaction, Repurchase Intention.***