

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA *PLATFORM SHOPEE***

SKRIPSI

Diajukan untuk Salah Satu Syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E.) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Siliwangi



Oleh
Eneng Ernawati
NPM. 181002045

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS SILIWANGI
2022 M /1443 H**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA *PLATFORM SHOPEE***

SKRIPSI

Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas
Siliwangi

Diajukan Oleh,

Eneng Ernawati
NPM. 181002045

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

H. Asep Saepulloh., Drs., M.Ag.
NIP. 196304012021211001

Trisna Wijaya, S.El., M.E.Sy.
NIP. 198509112019031006

Disahkan Oleh:

Dekan
Fakultas Agama Islam

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah

Dr. Iwan Wisandani, S.E.I., M. Ag.
NIP. 196910142021211002

Dr. Yusep Rafiqi, S.Ag., M.M.
NIP. 197401032021211003

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi dengan judul “**Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Platform Shopee**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini saya siap menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini atau klaim dari pihak lain terhadap keabsahan karya saya ini.

Tasikmalaya, Juni 2022
Yang membuat pernyataan

Eneng Ernawati
NPM. 181002045

ABSTRAK

Eneng Ernawati. 2022. Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada *Platform* Shopee. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi

Pengunjung tahunan shopee tidak stabil setiap tahunnya, bahkan menurun pada tahun 2021. Hal ini mengindikasikan adanya penurunan minat beli ulang konsumen. Berdasarkan studi pendahuluan berupa penyebaran prasurvey pada konsumen Shopee ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli ulang konsumen diantaranya Promosi dan Kualitas Pelayanan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada *Platform* Shopee.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden konsumen yang pernah menggunakan *Platform* Shopee. Untuk teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner dan observasi. Instrumen penelitian diuji dengan uji validitas dan reliabilitas.

Dari hasil pengolahan data menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Beli Ulang yang berdasarkan hasil uji korelasi diperoleh nilai sebesar 0.524. koefisien determinasi sebesar 27,5%, persamaan regresi $Y = 7,189 + 0,729X_1$, dan uji statistik t hitung sebesar 6,092 dengan taraf signifikan $0,00 < 0,05$. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang. Yang berdasarkan hasil uji korelasi sebesar 0.456, koefisien determinasi diperoleh 20,8%. Persamaan regresi $Y = 13,334 + 0,541X_2$. dan uji statistik t hitung sebesar 5,070 dengan taraf signifikan $0,00 < 0,05$. Promosi dan Kualitas Pelayanan bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang berdasarkan hasil uji korelasi diperoleh 0.556, koefisien determinasi 31%., persamaan regresi $Y = 4,973 + 0,544X_1 + 0,272X_2$. dan uji statistik t hitung sebesar 21,748 dengan taraf signifikan $0,00 < 0,05$. Maka **H_a** yang menyatakan Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang berpengaruh secara signifikan diterima dan **H_o** ditolak.

Kata kunci: *Promosi, Kualitas Pelayanan, Minat Beli Ulang.*

ABSTRACT

Eneng Ernawati. 2022. The Effect of Promotion and Quality of Service on Consumer Repurchase Interest on Shopee Platform. Skripsi, Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Religion, Siliwangi University

Shopee's annual number of events is unstable every year, even declining in 2021. This indicates a decrease in consumer repurchase interest. Based on preliminary studies in the form of prasarvey deployments to Shopee consumers, there are several factors that affect consumer repurchase interest, including Promotion and Service Quality. As for the purpose of this study is to find out whether there is an influence of Promotion and Quality of Service on Consumer Repurchase Interest on Shopee Platform.

This research uses quantitative research methods with a sample of 100 consumer respondents who have used the Shopee Platform. For data collection techniques are carried out by questionnaire and observation methods. Research instruments are tested with validity and reabilitas tests.

From the results of data processing shows that the Promotion has a positive and significant effect on the Repurchase Interest variable based on the results of the correlation test obtained a value of 0.524. determination coefficient of 27.5%, regression equation $Y = 7.189 + 0.729X_1$, and statistical test t calculate 6.092 with a significant level of $0.00 < 0.05$. Service Quality has a positive and significant effect on Repurchase Interest. Based on the results of the correlation test of 0.456, the coefficient of determination was obtained 20.8%. Regression equation $Y = 13.334 + 0.541X_2$. and the statistical test t calculates 5,070 with a significant level of $0.00 < 0.05$. Promotion and Quality of Service together have a positive and significant effect on Repurchase Interest based on the results of the correlation test obtained 0.556, determination coefficient 31%, regression equation $Y = 4.973 + 0.544X_1 + 0.272X_2$. and the statistical test t calculated 21,748 with a significant level of $0.00 < 0.05$. So H_a who stated that the Promotion and Quality of Service to repurchase Interest had a significant effect was accepted and H_o was rejected.

Keywords: Promotion, Quality of Service, Repurchase Interest.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

A. Konsonan

No.	Huruf Arab	Nama Huruf	Huruf Latin	No.	Huruf Arab	Nama Huruf	Huruf Latin
1	آ	Alif	-		ظ	Zha'	Zh
2	ب	Ba'	B	18	ع	'Ain	'
3	ت	Ta'	T	19	غ	Ghin	Gh
4	ث	Tsa'	Ts	20	ف	Fa'	F
5	ج	Jim	J	21	ق	Qaf	Q
6	ح	Ha'	H	22	ك	Kaf	K
7	خ	Kha'	Kh	23	ل	Lam	L
8	د	Dal	D	24	م	Mim	M
9	ذ	Dzal	Dz	25	ن	Nun	N
10	ر	Ra'	R	26	و	Waw	W
11	ز	Zay	Z	27	ه	Ha'	H
12	س	Sin	S	28	لا	Lam alif	La
13	ش	Syin	Sy	29	ء	Hamzah	-
14	ص	Shad	Sh	30	ي	Ya'	Y
15	ض	Dlad	Dha	31	ة	Ta' marbuthah	T
16	ط	Tha'	Th	32	-	-	-

B. Vokal Pendek

◌َ = a	◌ِ = i	◌ُ = u
--------	--------	--------

C. Vokal Panjang

◌ā = â	◌ī = î	◌ū = û
--------	--------	--------

D. Diftong

◌āy = ay	◌āw = aw
----------	----------

E. Pembauran

ال = al	ال-ش = al-sy	و ال = wa al
---------	--------------	--------------

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji serta syukur kehadirat Allah SWT. yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya yang selalu menyertai peneliti dalam setiap langkah penyusunan skripsi ini dan yang telah memberikan pengajaran kepada manusia dengan perantara kalamnya. Tidak lupa *shalawat* serta salam semoga selalu dilimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW. atas cahaya Islam yang telah dibawa ke alam semesta ini sehingga peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Platform Shopee”**.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi. Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah banyak memperoleh bantuan, bimbingan, pengarahan serta dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada kedua orang tua yang penulis sayangi, serta seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Rasa terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada :

1. Dr. Ir. Nundang Busaeri, MT. selaku Rektor Universitas Siliwangi.
2. Dr. Iwan Wisandani, S.E.I., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.

3. Dr. Yusep Rafiqi, S.Ag., M.M. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan serta memberikan motivasi dalam menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Hj. Lina Marlina S.Ag., M.Ag. selaku Dosen Wali/Pembimbing Akademik yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan serta memberikan motivasi selama masa perkuliahan.
5. H. Asep Saepulloh., Drs., M.Ag. selaku Dosen Pembimbing I dan Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan serta memberikan motivasi dalam menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Trisna Wijaya, S.E.I., M.E.Sy. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan serta memberikan motivasi dalam menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Agama Islam yang ikut memberikan masukan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
8. Tenaga Kependidikan Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi yang membantu dalam hal administrasi serta telah membantu juga memperlancar penyusunan skripsi ini.
9. Suami tersayang Moch Sandi Isnani S.Kom yang selalu menemani, memberi dukungan, doa dan semangat kepada penulis sehingga tersusunnya skripsi ini.
10. Keluarga Ehe (Nur Halisa, Rianty Ramadhani, Devi Resti, Melawati, Nita Casnita, Aulia Syeptiani Muslim, Listya Amaliah, dan Desi Indriani) yang

telah memberikan motivasi dan menemani penulis selama menjadi mahasiswa.

11. Teman-teman Mahasiswa Ekonomi Syariah 2018 yang telah menemani selama menempuh ilmu di Program Studi Ekonomi Syariah.
12. Pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

Semoga atas segala kebaikan dan bantuannya mendapatkan balasan yang lebih dan berlipat ganda dari Allah *Subhanahuwata'ala*. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak, khususnya bagi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.

Tasikmalaya, Juni 2022

Penulis,

Eneng Ernawati

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	i
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II KERANGKA TEORITIS.....	12
A. Deskripsi Teori.....	12
B. Penelitian Terdahulu.....	32
C. Kerangka Pemikiran.....	34
D. Hipotesis.....	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	37
A. Metode Penelitian.....	37
B. Operasional Variabel.....	38
C. Populasi dan Sampel.....	41
D. Teknik Pengumpulan Data.....	42
E. Instrumen Penelitian.....	43
F. Uji Persyaratan Analisis.....	48
G. Teknik Analisis Data.....	50
H. Tempat dan Waktu Penelitian.....	55
BAB IV.....	56
HASIL PENELITIAN.....	56
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	56
B. Hasil Penelitian.....	59
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	77
BAB V.....	84
SIMPULAN DAN SARAN.....	84
A. Simpulan.....	84
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pengunjung E-Commerce tahun 2018-2021	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	39
Tabel 3. 2 Notasi, Nilai atau Predikat Masing-Masing Pilihan Untuk Pernyataan Positif.....	44
Tabel 3. 3 Notasi, Nilai atau Predikat Masing-Masing Pilihan Untuk Pernyataan Negatif.....	44
Tabel 3. 4 Kisi-Kisi Instrumen Yang Diperlukan untuk Mengukur Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang.....	45
Tabel 3. 5 Hasil Pehitungan Uji Validitas Instrumen Promosi	46
Tabel 3. 6 Hasil Pehitungan Uji Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan	46
Tabel 3. 7 Hasil Pehitungan Uji Validitas Instrumen Minat Beli Ulang	47
Tabel 3. 8 Hasil Pehitungan Uji Reliabilitas	48
Tabel 3. 9 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi Berganda	
Tabel 3. 10 Matriks Penelitian	55
Tabel 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4. 2 Hasil Uji Linearitas Promosi.....	59
Tabel 4. 3 Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan.....	60
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4. 5 Hasil Uji Heterokedastisitas	61
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel Promosi	62

Tabel 4. 7 Interpretasi Variabel Promosi	63
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi	63
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	65
Tabel 4. 10 Interpretasi Variabel Kualitas Pelayanan	65
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan.....	66
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang	67
Tabel 4. 13 Interpretasi Variabel Minat Beli Ulang	67
Tabel 4. 14 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli Ulang	68
Tabel 4. 15 Analisis Regresi Promosi.....	69
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Korelasi Sederhana Varibel Promosi.....	70
Tabel 4. 17 Koefisien Determinasi Variabel Promosi	71
Tabel 4. 18 Hasil Uji t Promosi Terhadap Minat Beli Ulang.....	71
Tabel 4. 19 Analisis Regresi Kualitas Pelayanan.....	72
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Korelasi Sederhana Varibel Kualitas Pelayanan.....	73
Tabel 4. 21 Koefisien Determinasi Variabel Kualitas Pelayanan	73
Tabel 4. 22 Hasil Uji t Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang.....	74
Tabel 4. 23 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	75
Tabel 4. 24 Hasil Analisis Korelasi Ganda	76
Tabel 4. 25 Hasil Uji Simultan (Uji F)	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Kuisisioner Alasan Konsumen Memilih Berbelanja Pada <i>Platform</i> Shopee	6
Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian	35
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Shopee.....	58
Gambar 4.2 Histogram Variabel Promosi (X_1)	64
Gambar 4.3 Histogram Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	66
Gambar 4.4 Histogram Variabel Minat Beli Ulang (Y)	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Pengisian Kuesioner	89
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner Variabel Promosi	93
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan	96
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner Variabel Minat Beli Ulang	99
Lampiran 5 Uji Normalitas	102
Lampiran 6 Uji Linearitas	102
Lampiran 7 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data.....	103
Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Data Deskriptif	103
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis Data.....	105
Lampiran 10 Tabel R	108
Lampiran 11 Surat Keputusan Bimbingan Skripsi	109
Lampiran 12 Biodata Penulis	110

