

**PENGARUH *E-PROMOTION*, *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST*
TERHADAP MINAT BELI ULANG *ONLINE*
PADA KOPI KENANGAN DI BEKASI**

TUGAS AKHIR

FIRNA N. FIRDAUSI

203402516236



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2024

**PENGARUH *E-PROMOTION*, *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST*
TERHADAP MINAT BELI ULANG *ONLINE*
PADA KOPI KENANGAN DI BEKASI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Manajemen Universitas Nasional

Oleh :

FIRNA N. FIRDAUSI

203402516236



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

JAKARTA

2024

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

**PENGARUH *E-PROMOTION*, *E-SERVICE QUALITY*, DAN *E-TRUST*
TERHADAP MINAT BELI ULANG *ONLINE*
PADA KOPI KENANGAN DI BEKASI**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 29 Februari 2024



Firma N. Firdausi

NPM: 203402516236

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH *E-PROMOTION*, *E-SERVICE*
QUALITY DAN *E-TRUST* TERHADAP
MINAT BELI ULANG *ONLINE* PADA KOPI
KENANGAN DI BEKASI**

Nama Mahasiswa : **Firna N. Firdausi**

Nomor Pokok : **203402516236**

Program Studi : **Manajemen**

Menyetujui
Pembimbing Tugas Akhir,



(Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.)

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen,



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Jakarta: 29 Februari 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH *E-PROMOTION*, *E-SERVICE*
QUALITY DAN *E-TRUST* TERHADAP
MINAT BELI ULANG *ONLINE* PADA
KOPI KENANGAN DI BEKASI**

Nama Mahasiswa : **Firna N. Firdausi**

Nomor Pokok : **203402516236**

Program Studi : **Manajemen**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir



(Dr. Ir. Tri Waluyo, MAgr.)

Ketua Penguji



(Dr. Achmad Cik, SE., M.M.)

Anggota/Penguji,



(Dr. Sugito Efendi, S.E., M.Si)

Mengetahui

Dehan,



(Prof. Kurniadiningsih, S.E., M.App.Ec., Ph.D)

Jakarta: 29 Februari 2024

Tanggal Lulus: 29 Februari 2024

ABSTRAK
PENGARUH *E-PROMOTION*, *E-SERVICE QUALITY*, DAN *E-TRUST*
TERHADAP MINAT BELI ULANG *ONLINE*
PADA KOPI KENANGAN DI BEKASI

Oleh:

Firna N. Firdausi

NPM: 203402516236

Skripsi, dibawah bimbingan Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *E-Promotion*, *E-Service Quality*, dan *E-Trust* terhadap minat beli ulang secara *online* pada Kopi Kenangan di Bekasi. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 100, dipilih melalui metode *Purposive Sampling*. Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan adanya dampak signifikan antara variabel *E-Promotion* dan minat beli ulang secara *online*. Terdapat pengaruh yang signifikan pula antara variabel *E-Service Quality* dan minat beli ulang secara *online*. Namun, tidak terdapat dampak signifikan antara variabel *E-Trust* dan minat beli ulang secara *online*. Penelitian ini memberikan implikasi teoritis sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *E-Promotion*, *E-Service Quality*, dan *E-Trust* terhadap minat beli ulang *online* khususnya pada Kopi Kenangan.

Kata Kunci: *E-Promotion*, *E-Service Quality*, *E-Trust* dan Minat Beli Ulang *Online*

ABSTRACT
THE EFFECT OF E-PROMOTION, E-SERVICE QUALITY, AND E-TRUST
ON ONLINE REPURCHASE INTENTION
AT KOPI KENANGAN IN BEKASI

By:

FIRNA N. FIRDAUSI

NPM: 203402516236

Thesis, under the guidance of Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.

This study aims to determine the effect of E-Promotion, E-Service Quality, and E-Trust on online repurchase intention at Kopi Kenangan in Bekasi. This research uses a quantitative approach. The number of respondents in this study were 100 respondents based on purposive sampling technique. Primary data was obtained through a questionnaire with a measurement scale using a Likert scale. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The results show that there is a significant influence between the E-Promotion variable on online repurchase interest. There is a significant influence between E-Service Quality variables on online repurchase interest. There is no significant effect between E-Trust variables on online repurchase interest. This study provides theoretical implications as a reference for further research related to E-Promotion, E-Service Quality, and E-Trust on online repurchase interest, especially at Kopi Kenangan.

Keywords: E-Promotion, E-Service Quality, E-Trust And Online Repurchase Intention

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama : Firna N. Firdausi
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 30 Agustus 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Jl. Kp. Bogor Rt.001/Rw.004 Ds. Pusaka
Rakyat Kec.Tarumajaya Kab.Bekasi 17214
Telepon/HP : 088223998842
Email : firnanahwafirdausi30@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2008 – 2014 : MI Attaqwa 19
2014 – 2017 : SMP Islam Terpadu Nurul Qolbi
2017 – 2020 : MA Attaqwa Puteri
2020 – 2024 : Universitas Nasional

Jakarta, 11 Januari 2024



Firna N. Firdausi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “PENGARUH *E-PROMOTION*, *E-SERVICE QUALITY*, DAN *E-TRUST* TERHADAP MINAT BELI ULANG *ONLINE* PADA KOPI KENANGAN DI BEKASI”. Tugas akhir ini disusun sebagai bagian dari persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen dari Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Selama penyusunan tugas akhir, penulis menghadapi berbagai hambatan, baik yang bersifat teknis maupun lainnya. Namun, berkat dukungan, kerjasama, dorongan semangat, dan bantuan dari berbagai pihak, penulis berhasil mengatasi hambatan tersebut. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, kasih sayang, dan rasa hormat, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua yang telah membantu:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional
2. Bapak Prof Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si., selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
5. Bapak Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi serta memberikan arahan sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik
6. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar
7. Kedua orang tua paling berjasa dalam hidup saya, Bapak H. Tambah (Alm) dan Ibu Hj. Paridah karena berkat beliau saya bisa mengenyam bangku kuliah serta

terima kasih selalu memberikan doa, motivasi, semangat, dan nasihat yang tiada hentinya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

8. Kepada ketiga saudara-saudara saya, Hj. Maryanah (Almh), Hj. Badriah dan Qurrotul Ain, Lc. Terimakasih atas segala doa, usaha, dan semangat yang telah diberikan kepada penulis dalam pembuatan tugas akhir ini
9. Kepada sahabat-sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu-pesatu namun tetap saya sayangi. Terimakasih atas dorongan semangat, motivasi serta canda tawa dalam mengerjakan tugas akhir ini
10. Kepada semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu tanpa mengurangi rasa hormat saya, yang telah memberikan bantuan terselesainya tugas akhir ini
11. Kepada diri sendiri, Firna N. Firdausi. Terimakasih karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun dalam proses penyusunan tugas akhir ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin

Penulis menyadari adanya kekurangan, baik dari segi isi maupun penulisan, selama proses penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang konstruktif terkait dengan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan semua pihak yang membacanya.

Terimakasih,

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jakarta, 10 Januari 2024



Firna N. Firdausi

2030402516236

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1. Tujuan Penelitian.....	5
2. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
1. Manajemen Pemasaran.....	6
2. <i>E – Promotion</i>	8
3. <i>E- Service Quality</i>	11
4. <i>E- Trust</i>	12
5. Minat Beli Ulang	13
B. Keterkaitan Antar Variabel.....	15
1. Pengaruh <i>E-Promotion</i> terhadap Minat Beli Ulang	15
2. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	16
3. Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap Minat Beli Ulang	16
C. Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan	17
D. Kerangka Analisis	21
E. Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Objek Penelitian	23
B. Data Penelitian.....	23

1. Sumber Data dan Jenis Data	23
2. Populasi dan Sampel.....	24
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	25
C. Jenis Variabel Yang Digunakan	26
D. Definisi Operasional.....	27
F. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	29
1. Metode Analisis	29
2. Uji Instrumen	30
3. Uji Asumsi Klasik.....	30
4. Uji Kelayakan Model.....	32
5. Pengujian Hipotesis	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Hasil Penelitian dan Pembahasan	33
1. Deskripsi Objek Penelitian	33
2. Karakteristik Responden	33
B. Metode Analisis	39
1. Analisis Deskriptif Variabel	39
2. Metode Analisis Inferensial.....	43
1. Uji Instrumen.....	44
2. Uji Kelayakan Model	51
3. Pengujian Hipotesis	52
C. Pembahasan.....	53
1. Pengaruh <i>E- Promotion</i> terhadap Minat Beli Ulang	53
2. Pengaruh <i>E- Service Quality</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	54
3. Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap Minat Beli Ulang	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	55
A. Kesimpulan	55
B. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

<u>Tabel 1. 1 Ulasan Negatif dan Positif Konsumen pada Aplikasi Kopi Kenangan ..</u>	2
<u>Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan.....</u>	17
<u>Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert</u>	25
<u>Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....</u>	27
<u>Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</u>	34
<u>Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia</u>	35
<u>Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan</u>	36
<u>Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili</u>	37
<u>Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melakukan Pembelian Produk</u>	38
<u>Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Promotion</i> (X1)</u>	39
<u>Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif E-Service Quality.....</u>	40
<u>Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif E-Trust</u>	41
<u>Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Minat Beli Ulang Online</u>	42
<u>Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda</u>	43
<u>Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas.....</u>	44
<u>Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas</u>	45
<u>Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas</u>	45
<u>Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas</u>	46
<u>Tabel 4. 15 Hasil Uji Realibitas</u>	47
<u>Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas.....</u>	48
<u>Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinieritas.....</u>	49
<u>Tabel 4. 18 Hasil Uji Autokorelasi</u>	50
<u>Tabel 4. 19 Hasil Uji Heterokedasitas</u>	50
<u>Tabel 4. 20 Hasil Uji F</u>	51
<u>Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi</u>	52
<u>Tabel 4. 22 Hasil Uji Hipotesis</u>	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis	34
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	37
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melakukan Pembelian Produk.....	38