

**PENGARUH DAYA TARIK KONTEN, KEAMANAN
INFORMASI DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN, TERHADAP
REPURCHASE INTENTION PADA PENGGUNA APLIKASI
SHOPEE
(STUDI PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
AKTIF ANGKATAN 2020-2023)**



SKRIPSI

Disusun Oleh:

Nama : Lina Pina Uljannah
NIM : 20415231
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2024

**PENGARUH DAYA TARIK KONTEN, KEAMANAN
INFORMASI DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA
PENGGUNA APLIKASI SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas
Muhammadiyah Ponorogo Aktif Angkatan 2020-2023)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Disusun Oleh:

Nama : Lina Pina Uljannah

NIM : 20415231

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Daya Tarik Konten, Keamanan Informasi Dan Kemudahan Penggunaan, Terhadap *Repurchase Intention* Pada Pengguna Aplikasi Shoppe (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo Aktif Angkatan 2020-2023)
Nama : Lina Pina Uljannah
NIM : 20415231
Tempat, Tanggal Lahir : Jambi, 30 Agustus 2002
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pembimbing I



Dr. Adi Santoso, SE., MM
NIDN. 0727118803

Pembimbing II



Naning Kristiyana, SE., MM
NIDN. 0721117501

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIDN. 0760508 200501 1 002

Ketua



Dr. Adi Santoso, SE., MM
NIDN. 0727118803

Sekretaris



Fery Setiawan, SE., MM
NIDN. 0720128904

Anggota



Eka Destrivanto Pristi A., S. AB., MM
NIDN. 0711128404

**Pengaruh Daya Tarik Konten, Keamanan Informasi Dan Kemudahan Penggunaan,
Terhadap *Repurchase Intention* Pada Pengguna Aplikasi Shopee
(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
Aktif Angkatan 2020-2023)**

Lina Pina Uljannah

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

ABSTRAK

Pengguna aplikasi Shopee telah menjadi salah satu fenomena belanja *online* yang sangat populer di Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir, Shopee telah berkembang pesat dan menjadi salah satu *platform* belanja *online* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat, termasuk generasi Z. Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk memahami pengaruh daya tarik konten, keamanan informasi, kemudahan penggunaan terhadap *repurchase intention* pada pengguna aplikasi Shopee. Populasi dari penelitian ini merupakan mahasiswa prodi manajemen universitas muhammadiyah ponorogo aktif angkatan 2020-2023. Metode pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *google form* dan dibagikan melalui sosial media yang disebarakan kepada 90 responden. Pengukuran variabel penelitian ini menggunakan skala likert lima point. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* pada pengguna aplikasi Shopee sedangkan daya tarik konten dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* pada pengguna aplikasi Shopee.

Kata Kunci: Daya Tarik Konten, Keamanan Informasi, Kemudahan Penggunaan,
repurchase intention

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH DAYA TARIK KONTEN, KEAMANAN INFORMASI DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN, TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO AKTIF ANGKATAN 2020-2023)” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa masih banyak skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Happy Susanto, MA selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Naning Kristiyana, SE., M.Si selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Adi Santoso, SE.MM dan Ibu Naning Kristiyana, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memberi pengarahan sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan ini masih banyak kekurangan, maka penulis mengharapkan saran maupun kritik yang membangun demi kesempurnaan laporan penyusunan skripsi. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca.

Ponorogo, 22 April 2024



Lina Pina Uljannah

PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan tidak dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorego, 22 April 2024



NIM.20415231

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya yang tidak terhitung banyaknya. Atas izin-Nya telah memperkenankan penulis sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana. Walaupun jauh dari kata sempurna, penulis bersyukur telah mencapai titik ini, yang akhirnya skripsi ini dapat selesai juga. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Ayah tercinta, Darmawi. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau dapat mendidik, mendoakan, memberikan semangat dan motivasi tiada henti kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikannya sampai sarjana.
2. Ibuku Tersayang, Ibu Romla. Terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat, dan doa yang diberikan selama ini. Terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Terima kasih sudah menjadi tempatku untuk pulang, bu.
3. Saudara Kandungku, Hadi Kurniawan S.Pd, Priadi, Hardoni S.Pd, M.Amin. Terima kasih atas dukungan semangat, doa, dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis, terima kasih sudah menguatkan dan menjadi panutan.
4. Terimakasih untuk keluarga besar yang selalu mendoakan, tiada henti memberikan dukungan selama mengerjakan skripsi ini.
5. Kepada nim 20415223 yang senantiasa mendengar keluh kesah penulis, memberikan dukungan, pengingat, dan menemani penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Teruntuk sahabat-sahabat tercinta di Manajemen C, khususnya kepada Esti Friska, Izzatul Afifah, Dinda Ayu, Nur Hidayah, terima kasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman waktu dan ilmu yang dijalani bersama selama perkuliahan. Ucapan syukur kepada Allah SWT karena telah memberikan sahabat seperti kalian. *See you on top gaes.*
7. Terakhir untuk diri saya sendiri, Lina Pina Uljannah. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini, atas segala kerja keras dan semangat tidak menyerah dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Terima kasih kepada diri sendiri yang sudah kuat melewati lika liku kehidupan hingga sekarang. Saya bangga pada diri saya sendiri! Mari bekerjasama untuk menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.



MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."

(QS- Al Baqarah 286)

"Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan lain)."

(Qs. Al-Insyirah: 6-7)

"Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa."

(Ridwan Kamil)



DAFTAR ISI

COVER.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
MOTTO.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian.....	12
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Landasan Teori	14
1) <i>Theory Of Planned Behavior</i> (TPB)	14
2) Manajemen Pemasaran	15
3) Bauran Pemasaran	17
4) <i>E-commerce</i>	19
5) Perilaku Konsumen	22
6) <i>Repurchase Intention</i>	24
7) Daya Tarik Konten	28
8) Keamanan Informasi.....	30
9) Kemudahan Penggunaan	32
2.2. Penelitian Terdahulu	34

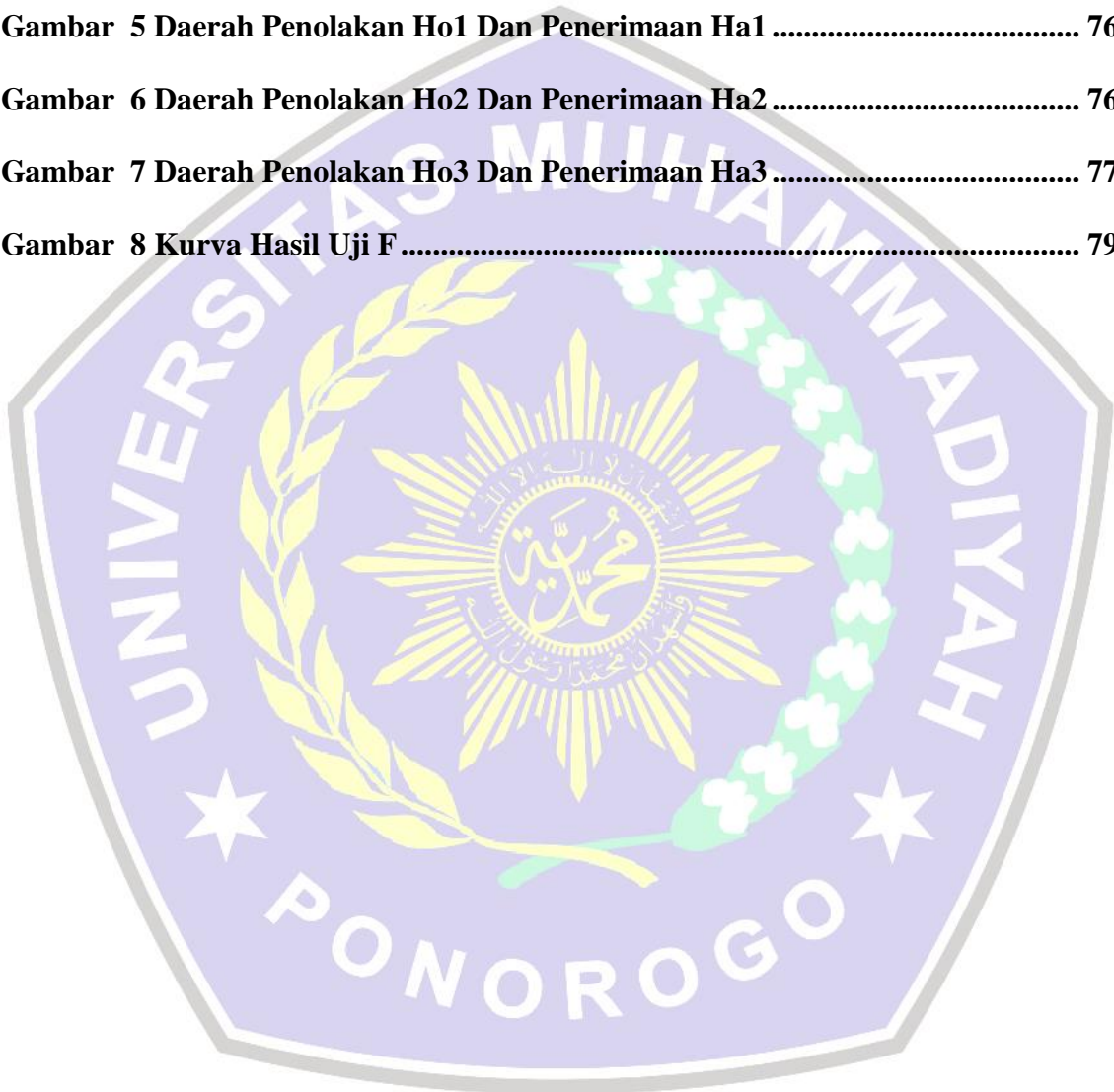
2.3. Kerangka Konseptual Penelitian.....	37
2.4. Pengembangan Hipotesis	38
BAB III	43
METODE PENELITIAN	43
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	43
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	43
3.3. Metode Pengambilan Data.....	45
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	47
3.5. Metode Analisis Data.....	47
BAB IV	54
4.1. Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	54
4.2. Gambaran Umum Karakteristik Responden.....	58
4.3. Deskripsi Tanggapan Responden	64
4.4. Uji Instrumen	70
4.5. Analisis Data.....	72
4.6. Uji Hipotesis	74
4.7. Pembahasan.....	79
BAB V	87
KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1. Kesimpulan.....	87
5.2. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 2 Skor Skala Likert.....	46
Tabel 3 Definisi Operasional Variabel.....	47
Tabel 4 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 5 Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 6 Responden Berdasarkan Mahasiswa Angkatan	60
Tabel 7 Responden Berdasarkan Uang Saku Atau Penghasilan	61
Tabel 8 Responden Berdasarkan Intesitas Pembelian Dalam Sebulan.....	62
Tabel 9 Responden Berdasarkan Intesistas Waktu	63
Tabel 10 Pertanyaan Variabel Daya Tarik Konten X1	65
Tabel 11 Pertanyaan Variabel Keamanan Informasi X2	66
Tabel 12 Pertanyaan Variabel Kemudahan Penggunaan X3.....	67
Tabel 13 Pertanyaan Variabel Repurchase Intention Y	69
Tabel 14 Hasil Pengujian Validitas.....	70
Tabel 15 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	71
Tabel 16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
Tabel 17 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	74
Tabel 18 Hasil Uji T Terhadap Repurchase Intention.....	75
Tabel 19 Hasil Uji F.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pengunjung E-Commerce 2023 Kuartal III	4
Gambar 2 Perkembangan Top 5 E-Commerce Indonesia Tahun 2019-2022.....	5
Gambar 3 Kerangka Penelitian	37
Gambar 4 Logo Marketplace Shopee	55
Gambar 5 Daerah Penolakan Ho1 Dan Penerimaan Ha1	76
Gambar 6 Daerah Penolakan Ho2 Dan Penerimaan Ha2	76
Gambar 7 Daerah Penolakan Ho3 Dan Penerimaan Ha3	77
Gambar 8 Kurva Hasil Uji F	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	96
Lampiran 2. Data Responden.....	101
Lampiran 3. Tabulasi Data Responden.....	105
Lampiran 4. Hasil Rata-Rata Jawaban Responden.....	109
Lampiran 5. Hasil Olah Data	111
Lampiran 6. Berita Acara Skripsi	114
Lampiran 7. Hasil Plagiasi.....	116

