

**PENGARUH *E-SERVQUAL* DAN *COSTUMER ENGAGEMENT*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG DENGAN *E-*  
*SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Kasus pada *Followers* Instagram @oskacamata)**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-  
syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas  
Muhammadiyah Ponorogo**

**Nama : Suprihatin  
NIM : 18414862  
Prodi Studi : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2025**

**PENGARUH *E-SERVQUAL* DAN *COSTUMER ENGAGEMENT*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG DENGAN *E-*  
*SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Kasus pada *Followers* Instagram @oskacamata)**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-  
syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas  
Muhammadiyah Ponorogo**

**Nama : Suprihatin  
NIM : 18414862  
Prodi Studi : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2025**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *E-Servqual* dan *Costumer Engagement* terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan *E-Satisfaction* sebagai variabel intervening (Studi kasus pada *Followers Instagram @oskacamata*)

Nama : Suprihatin

NIM : 18414862

Tempat, Tanggal Lahir : Wonogiri, 20 Februari 1999

Program Studi : Manajemen

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

Pembimbing I

  
Wahna Widhianingrum, SP., MM  
NUPTK. 3439764665230213

Ponorogo, 10 Februari 2025

Pembimbing II

  
Naning Kristiyana, SE., MM  
NUPTK. 2253753654230083

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

  
Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si  
NUPTK. 197605082005011002

Dosen Penguji :

  
Wahna Widhianingrum, SP., MM  
NUPTK. 3439764665230213

  
Dr. Sri Hartono, SE., M.M  
NUPTK. 9562749652110033

  
Diana Pramudya W, SE., MM  
NUPTK. 0741761662230202

## PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini adalah karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk mendapatkan 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 secara tertulis tercantum dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 10 Februari 2025



Suprihatin  
NIM. 18414862

## MOTTO

“Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah:5)

“Percaya proses dan takdir. Setiap manusia berproses dengan jalan yang berbeda-beda, selalu yakin bahwa jalan yang ditakdirkan Allah adalah yang terbaik untuk diriku kedepannya”

(Penulis)



## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan sepenuhnya untuk orang-orang terkasih yang telah memberikan dukungan baik dari segi mental maupun finansial

Terima kasih untuk kedua orang tuaku dan keluarga kecilku yang selalu menjadi motivasi

Terima kasih untuk suamiku tercinta dan putri kecilku tersayang



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT atas karunia-Nya yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “Pengaruh *E-Servqual* dan *Costumer Engagement* terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan *E-Satisfaction* sebagai variabel intervening (Studi kasus pada *Followers* Instagram @oskacamata)”. Skripsi ini dibuat untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis bersyukur atas bantuan yang diberikan dari berbagai pihak baik dari bimbingan, dukungan dan dorongan guna tercapainya gelar S1. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu :

1. Dr. Rido Kurnianto, M.Ag, sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Naning Kristiyana, SE., MM, sebagai Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Wahna Widhianingrum, SP., MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, bimbingan, dukungan serta arahnya kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Suamiku tercinta dan putraku tersayang yang telah menjadi sumber motivasi dan selalu kebersamai.
7. Orang tua dan saudara-saudaraku, penulis mengucapkan banyak terimakasih atas doa, kasih sayang, serta pengorbanan yang telah diberikan.
8. Pemilik instagram oskacamata yang mengizinkan proses penelitian skripsi.
9. Semua *followers* instagram osrumahkacamata yang sudah menyempatkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
10. Terakhir teruntuk sahabat-sahabat dan teman-temanku Ekonomi Manajemen angkatan 2018 yang selalu menjadi semangat dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, sehingga penulis sangat mengharapkan kritik maupun saran membangun agar dapat memperbaiki dan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, Aamiin Ya Robbal Alamin.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Ponorogo, 10 Februari 2025

  
Penulis

## DAFTAR ISI

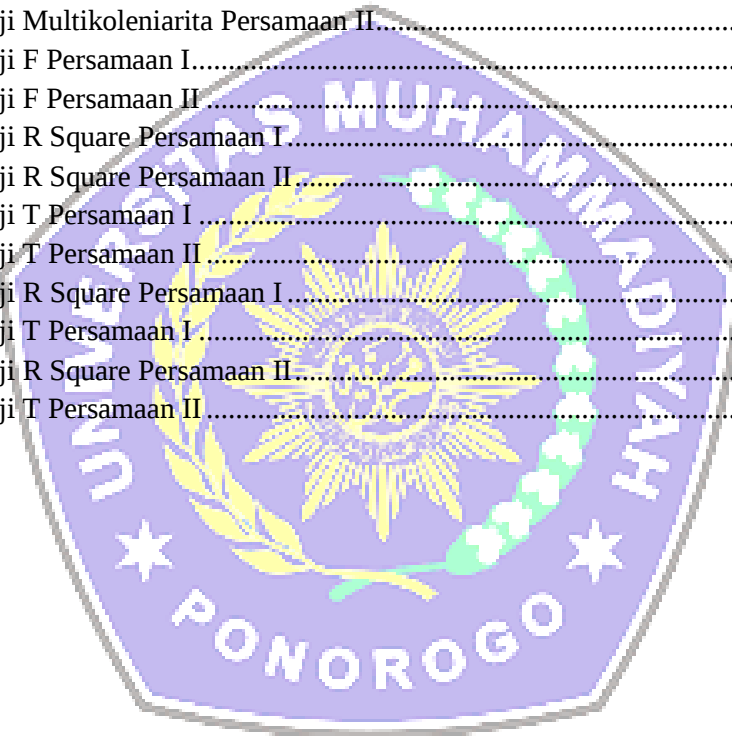
|                                                       |      |
|-------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN PENGESAHAN.....                               | iii  |
| KATA PENGANTAR.....                                   | iv   |
| PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN ..... | v    |
| RINGKASAN .....                                       | vi   |
| MOTTO .....                                           | vii  |
| PERSEMBAHAN.....                                      | viii |
| DAFTAR ISI.....                                       | ix   |
| DAFTAR TABEL .....                                    | xi   |
| DAFTAR GAMBAR.....                                    | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                 | xiii |
| BAB I.....                                            | 1    |
| PENDAHULUAN.....                                      | 1    |
| A. Latar Belakang.....                                | 1    |
| B. Perumusan Masalah.....                             | 7    |
| C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....                | 8    |
| 1. Tujuan Penelitian .....                            | 8    |
| 2. Manfaat Penelitian .....                           | 8    |
| BAB II .....                                          | 10   |
| TINJAUAN PUSTAKA.....                                 | 10   |
| A. Landasan Teori .....                               | 10   |
| 1. <i>E-Service Quality</i> .....                     | 10   |
| 2. <i>Costumer Engagement</i> .....                   | 13   |
| 3. <i>E-Satisfaction</i> .....                        | 16   |
| 4. Keputusan Pembelian Ulang.....                     | 19   |
| B. Penelitian Terdahulu .....                         | 21   |
| C. Kerangka Pemikiran.....                            | 26   |
| D. Hipotesis.....                                     | 27   |
| BAB III.....                                          | 30   |
| METODE PENELITIAN .....                               | 30   |
| A. Jenis Penelitian.....                              | 30   |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....                   | 30   |
| C. Populasi dan Sampel Penelitian.....                | 30   |

|                                                  |           |
|--------------------------------------------------|-----------|
| 1. Populasi.....                                 | 30        |
| 2. Sampel.....                                   | 31        |
| <b>D. Metode Penggalan Data.....</b>             | <b>32</b> |
| <b>E. Definisi Operasional Variabel.....</b>     | <b>34</b> |
| <b>F. Metode Analisis Data .....</b>             | <b>37</b> |
| 1. Uji Instrumen Penelitian .....                | 37        |
| 2. Uji Asumsi Klasik.....                        | 38        |
| 3. Uji Ketetapan Model.....                      | 39        |
| 4. Uji Hipotesis (Uji t).....                    | 40        |
| 5. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) ..... | 40        |
| <b>BAB 1V.....</b>                               | <b>43</b> |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>      | <b>43</b> |
| <b>A. Deskripsi objek penelitian.....</b>        | <b>43</b> |
| <b>B. Karakteristik responden.....</b>           | <b>45</b> |
| <b>D. Pembahasan.....</b>                        | <b>67</b> |
| <b>BAB V .....</b>                               | <b>74</b> |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>                 | <b>74</b> |
| <b>A. Kesimpulan.....</b>                        | <b>74</b> |
| <b>B. Saran .....</b>                            | <b>75</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                       | <b>76</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                             | <b>82</b> |



## DAFTAR TABEL

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 1 Penelitian Terdahulu .....                | 21 |
| Tabel 4.1 1 Jenis kelamin.....                        | 45 |
| Tabel 4.1 2 Usia .....                                | 46 |
| Tabel 4.1 3 Domisili.....                             | 47 |
| Tabel 4.1 4 Uji Validitas .....                       | 48 |
| Tabel 4.1 5 Uji Reliabilitas .....                    | 49 |
| Tabel 4.1 6 Uji Normalitas Data Pernyataan I .....    | 50 |
| Tabel 4.1 7 Uji Normalitas Data Persamaan II .....    | 50 |
| Tabel 4.1 8 Uji Heteroskedastisitas Persamaan I ..... | 51 |
| Tabel 4.1 9 Uji Heteroskedastisitas Persamaan II..... | 52 |
| Tabel 4.1 10 Uji Multikoleniaritas Persamaan I .....  | 53 |
| Tabel 4.1 11 Uji Multikoleniarita Persamaan II.....   | 53 |
| Tabel 4.1 12 Uji F Persamaan I.....                   | 54 |
| Tabel 4.1 13 Uji F Persamaan II .....                 | 55 |
| Tabel 4.1 14 Uji R Square Persamaan I.....            | 56 |
| Tabel 4.1 15 Uji R Square Persamaan II.....           | 56 |
| Tabel 4.1 16 Uji T Persamaan I .....                  | 57 |
| Tabel 4.1 17 Uji T Persamaan II .....                 | 58 |
| Tabel 4.1 14 Uji R Square Persamaan I .....           | 59 |
| Tabel 4.1 16 Uji T Persamaan I .....                  | 59 |
| Tabel 4.1 15 Uji R Square Persamaan II.....           | 61 |
| Tabel 4.1 17 Uji T Persamaan II .....                 | 61 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| Gambar 4.1 1 Akun Instagram Oskacamata .....  | 43 |
| Gambar 4.1 2 Selebgram endors Oskacamata..... | 44 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| Lampiran 1 1 Kuisioner Penelitian .....     | 83 |
| Lampiran 1 2 Tabulasi data penelitian ..... | 87 |
| Lampiran 1 3 Hasil uji SPSS.....            | 97 |



## RINGKASAN

Suprihatin (18414862)

### Abstract

*The aim of this research is to determine the influence of E-Servqual and Customer Engagement on Repurchase Decisions with E-Satisfaction as an intervening variable on @oskacamata Instagram Followers. Oskacamata Instagram followers are the population in this study. The sample taken for research was 100 respondents. Purposive random sampling is the sampling technique used. data collection using questionnaires. A 5-level Likert scale was used for measurement and then data processing using the SPSS (Statistical Product and Service Solution) application for Windows version 25. Data analysis processing in this research used multiple linear regression and path analysis.*

**Keywords :** *E-Satisfaction, Repurchase Decision, Customer Engagement, E-Servqual.*

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *E-Servqual* dan *Costumer Engagement* terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan *E-Satisfaction* sebagai variabel *intervening* pada Followers Instagram @oskacamata. Followers Instagram Oskacamata merupakan populasi dalam penelitian ini. Sampel yang diambil untuk penelitian ada 100 responden. *Purposive random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan. pengumpulan data menggunakan peneyebaran kuesioner. Skala likert 5 tingkatan digunakan dalam pengukuran kemudian pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) for windows versi 25. Pengolahan analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dan analisis jalur (*path*).

**Kata Kunci :** *E-Satisfaction, Keputusan Pembelian Ulang, Costumer Engagement, E-Servqual.*