

**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *ELECTRONIC SERVICE QUALITY*
TERHADAP *RE-PURCHASE INTENTION* DI *E-COMMERCE* PADA
*SOCO BY SOCIOLLA***

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen**



**Disusun Oleh :
Aniqo Putri Cyntyia Ramadanti
20022000152**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
2024**

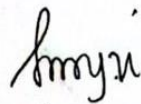
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Aniqo Putri Cyntya Ramadanti
Nomor Pokok : 20022000152
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Experience*, *Product Quality*, dan *Electronic Service Quality* Terhadap *Re-purchase Intention* Di *Ecommerce* Pada *Soco by Sociolla*

Malang, 5 Februari 2024

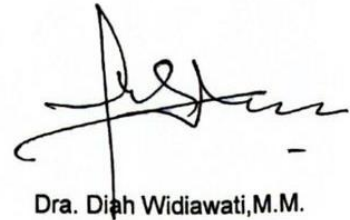
DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi Manajemen



Irany Windhyastiti, SE., MM

Dosen Pembimbing



Dra. Diah Widiawati, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Fajar Supanto, SE., M.S

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

PENGARUH *BRAND EXPERIENCE*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *ELECTRONIC SERVICE QUALITY* TERHADAP *RE-PURCHASE INTENTION* DI *E-COMMERCE* PADA
SOCO BY SOCIOLLA

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Aniqo Putri Cyntya Ramadanti

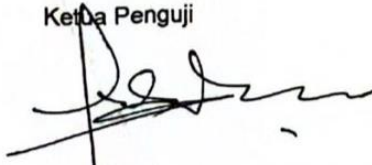
220022000152

Telah diujikan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 16 Februari 2024

Susunan Dewan penguji

Ketua Penguji




Dra. Diah Widiawati, M.M.

Sekretaris Penguji



Dr. Tanto Gatot Sumarsono, M.Si.

Anggota penguji



Maulia Agung Triono, S.E., MM.

**Skripsi ini Telah Diterima sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis**

Malang, 16 Februari 2024
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang



Prof. Dr. Fajar Supanto, SE., M.Si

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Aniqo Putri Cyntya Ramadanti
NIM : 20022000152
Program Studi : Manajemen
Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Experience*, *Product Quality*,
dan *Electronic Service Quality* Terhadap *Re-
purchase Intention* Di *Ecommerce* Pada *Soco
by Sociolla*
Lokasi Penelitian : Kota Malang, Jawa Timur
Alamat Rumah Asli : Sumberpucung, Kab.Malang
No. Telp : 081230963045

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas dan tidak melakukan plagiat. Apabila saya melakukan plagiat, maka saya bersedia untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Malang, 16 Februari 2024

Peneliti



Aniqo Putri Cyntya Ramadanti

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Aniqo Putri Cyntya Ramadanti
Nomor Induk : 20022000152
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Tempat dan Tgl. Lahir : Malang, 20 November 2001
Alamat : Jl. Merdeka, Jatiguwi, Sumberpucung, Kab. Malang
Nama Orang Tua (Ayah) : Sugeng Hartoyo
(Ibu) : Soesiati Soelandjari, SE.
Riwayat Pendidikan : - SDN 2 Slorok (2007-2013)
- SMPN 4 Kepanjen (2014-2017)
- SMAN 1 Sumberpucung (2017-2020)
- Universitas Merdeka Malang (2020-2024)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE, PRODUCT QUALITY, DAN ELECTRONIC SERVICE QUALITY* TERHADAP *RE-PURCHASE INTENTION* DI *E-COMMERCE* PADA *SOCO BY SOCIOLLA***" ini dengan tepat waktu, sebagai syarat kelulusan untuk mencapai gelar Sarjana Strata 1 Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

Dalam mengerjakan skripsi penelitian ini tentunya tidak hanya berbekal ilmu pengetahuan yang dimiliki, penulis juga mendapatkan bimbingan, dukungan, bantuan dan motivasi dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Fajar Supanto, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Ibu Irary Windhyastiti, SE., MM. selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Merdeka Malang.
3. Ibu Dra. Diah Widiawati, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dengan sabar, memberikan saran dan masukan serta dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan sangat baik.
4. Seluruh Dosen dan Staff di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang yang telah memberikan ilmu kepada penulis sebagai bekal untuk masa depan serta membantu seluruh urusan administrasi yang penulis butuhkan.

5. Kepada kedua orang tua penulis yaitu ayah dan mama yang telah mampu bertahan hingga detik ini. Terima kasih atas segala kerja keras dan dukungan dalam proses pengerjaan tugas akhir skripsi ini.
6. Kepada abang saya satu-satunya yang senantiasa mendukung finansial dalam pengerjaan skripsi peneliti ini.
7. Sahabat dan teman-teman penulis Dear Atmaja, Lufida Oktaviana, Fatiha Cahyani, dan seluruh teman-teman lainnya yang telah banyak membantu penulis dengan memberikan semangat, bantuan dan saran dan masukan kepada penulis sehingga proses pengerjaan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang juga berperan dalam memperlancar penulisan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas seluruh kebaikan kepada semua pihak. Dalam penulisan ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis memohon maaf atas kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini serta bersedia dengan sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran yang membangun.

Terakhir, penulis harap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Malang, 16 Februari 2024



Aniqo Putri Cyntya Ramadanti

DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Tinjauan Pustaka.....	8
B. Pengembangan Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Definisi Operasional Variabel.....	30
B. Lingkup Penelitian	32
C. Lokasi Penelitian	32
D. Populasi dan Teknik Penarikan Sampel.....	32
E. Jenis dan Sumber Data	34
F. Teknik Pengumpulan Data.....	34
G. Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	39
A. Hasil Penelitian.....	39
1. Profil Perusahaan	39
2. Logo Perusahaan.....	40

3. Visi Misi Perusahaan.....	40
4. Tampilan Sociolla.....	41
5. Uji Analisis Data.....	43
B. Pembahasan Hasil Penelitian	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	73
C. Keterbatasan Penelitian.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Peneliti Terdahulu	25
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 3. Hasil Uji Analisis Deskriptif	44
Tabel 4. Umur Responden	45
Tabel 5. Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 6. Tanggapan responden <i>Brand Experience</i> (X1)	46
Tabel 7. Tanggapan responden <i>Product Quality</i> (X2).....	48
Tabel 8 Tanggapan responden <i>Electronic Service Quality</i> (X3).....	51
Tabel 9. Tanggapan responden <i>Repurchase Intention</i> (Y).....	54
Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Experience</i>	56
Tabel 11. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Quality</i>	57
Tabel 12. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Electronic Service Quality</i>	58
Tabel 13. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Repurchase Intention</i>	58
Tabel 14. Hasil Pengujian Reliabilitas	59
Tabel 15. Uji Normalitas.....	60
Tabel 16. Uji Heterokedastisitas	62
Tabel 17. Uji Multikolinearitas	63
Tabel 18. Analisis Regresi Linier Berganda	64
Tabel 19. Hasil Uji f.....	65
Tabel 20. Hasil Uji t.....	66
Tabel 21. Hasil Uji Dominan	68
Tabel 22. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 2. Logo Sociolla	40
Gambar 3. Tampilan Sociolla.....	41
Gambar 4. Tampilan Produk.....	41
Gambar 5. Halaman Ulasan	42
Gambar 6. Kebijakan Privasi	42
Gambar 7. Pusat Bantuan	43
Gambar 8. Uji Scatterplot.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden	84
Lampiran 3 : <i>Output</i> SPSS.....	91
Lampiran 4 : Berita Acara Bimbingan.....	105
Lampiran 5 : Berita Acara Perbaikan Skripsi.....	106
Lampiran 6 : Surat Keterangan Pemeriksaan Kemiripan.....	107
Lampiran 7 : Hasil Turnitin.....	108

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Experience*, *Product Quality*, dan *Electronic Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* di *e-commerce* pada *SOCO by Sociolla*. Pada penelitian ini penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* melalui media sosial *Instagram*, *Whatsapp*, dan *Twitter* dengan jumlah 96 responden yang pernah melakukan pembelian di aplikasi *SOCO by Sociolla* sebelumnya dengan mengisi format. Teknik penelitian yang digunakan *Simple Random Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa *Brand experience*, *Product Quality*, dan *Electronic Service Quality* berpengaruh secara simultan terhadap *Repurchase Intention*. Secara parsial *Electronic Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* di *e-commerce* *SOCO by Sociolla*. Sedangkan *Product Quality* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* di *e-commerce* *SOCO by Sociolla*.

Kata kunci : *Brand Experience*, *Product Quality*, *Electronic Service Quality*, *Repurchase Intention*

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of Brand Experience, Product Quality, and Electronic Service Quality on Repurchase Intention in e-commerce at SOCO by Sociolla. In this research, the distribution of questionnaires was carried out online via social media Instagram, Whatsapp and Twitter with a total of 96 respondents who had previously made purchases on the SOCO by Sociolla application by filling in the format. The research technique used is Simple Random Sampling. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results show that Brand experience, Product Quality, and Electronic Service Quality simultaneously influence Repurchase Intention. Partially, Electronic Service Quality has a positive and significant effect on Repurchase Intention in SOCO by Sociolla e-commerce. Meanwhile, Product Quality does not have a positive and significant effect on Repurchase Intention in SOCO by Sociolla e-commerce.

Keywords : Brand Experience, Product Quality, Electronic Service Quality, Repurchase Intention