

PENGARUH *DIRECT MARKETING* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA *LIVE STREAMING SHOPEE*

(Studi pada Mahasiswa Universitas Merdeka Malang)

SKRIPSI

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



**Disusun Oleh :
Amelinda Putri Kinanti
20022000233**

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

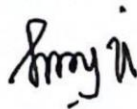
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Amelinda Putri Kinanti
Nomor Pokok : 20022000233
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Direct Marketing* dan *Product Quality*
terhadap Minat Beli Ulang pada *Live Streaming*
Shopee (Studi pada Mahasiswa Universitas Merdeka
Malang)

Malang, 10 Februari 2024

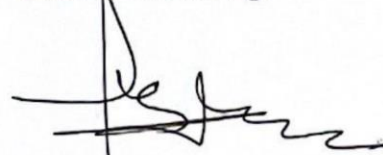
DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi Manajemen



Irany Windhyastiti, SE., MM

Dosen Pembimbing



Dra. Diah Widiawati, M.M

Dekan



Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Fajar Supanto, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh *Direct Marketing* dan *Product Quality* terhadap Minat Beli Ulang pada
Live Streaming Shopee (Studi pada Mahasiswa Universitas Merdeka Malang)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

AMELINDA PUTRI KINANTI

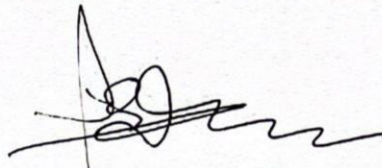
20022000233

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 5 Februari 2024

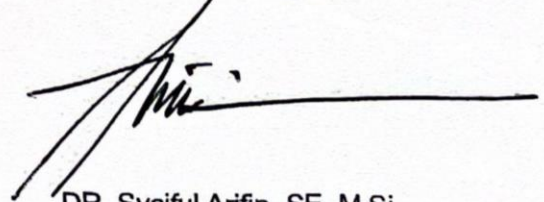
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



Dra. Diah Widiawati, M.M

Sekretaris Penguji



DR. Syaiful Arifin, SE., M.Si

Anggota Penguji



Dr. Moh. Burhan, SE., MM

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

Malang, 10 Februari 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang



Prof. Dr. Fajar Supanto, M.Si

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Amelinda Putri Kinanti
Nomor Pokok : 20022000233
Program Studi : S1 Manajemen
Bidang Kajian Skripsi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *Direct Marketing* dan *Product Quality*
terhadap Minat Beli Ulang pada *Live Streaming*
Shopee (Studi pada Mahasiswa Universitas Merdeka
Malang)
Lokasi/Tempat yang diteliti : Universitas Merdeka Malang
Alamat Rumah Asal : Jl. Mawar Sharon Gg. At Taqwa No. 182A Kel. Hidayah
Makmur Kec. Simpang Empat Kalimantan Selatan
No. Telp/HP : 082358552612

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

Demikian surat pernyataan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 7 Februari 2024

Peneliti,



Amelinda Putri Kinanti

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Amelinda Putri Kinanti

Nomor Pokok : 20022000233

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tempat, Tanggal Lahir : Kotabaru, 13 Agustus 2001

Alamat : Jl. Mawar Sharon Gg. At Taqwa No. 182A
Kel. Hidayah Makmur Kec. Simpang
Empat Kab. Tanah Bumbu Prov.
Kalimantan Selatan

Nama Orang Tua :

Ayah : Jupri Kasmuri

Ibu : Jubaidah

Riwayat Pendidikan :

2007 – 2008 : TK Negeri Pembina

2008 – 2014 : SDN 5 Selat Hilir

2014 – 2017 : SMP Negeri 1 Selat

2017 – 2020 : SMA Negeri 2 Kuala Kapuas

2020 – 2024 : S1 Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Segala rahmat dan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH DIRECT MARKETING DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA LIVE STREAMING SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Universitas Merdeka Malang)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

Dalam penyusunan skripsi ini tentu tidak lepas dari bimbingan , bantuan , arahan, serta doa dari berbagai pihak baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam penelitian ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Fajar Supanto,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Irany Windhyastiti, SE ,.MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
3. Dra. Diah Widiawati, M.M selaku Dosen Pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing , mengarahkan , memberikan nasehat dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan.
4. Semua staff pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
5. Kedua orang tua, Bapak Jupri Kasmuri dan Ibu Jubaidah yang telah membesarkan, mendidik juga membiayai kuliah saya. Serta kedua adik, Intan

Nur'aini dan Aditya Ibra Fadillah yang selalu mendukung dan memberikan semangat hingga memperoleh gelar Sarjana Manajemen ini.

6. Untuk para sahabat dan teman yang selalu mendukung, menyemangati serta memberikan bantuan kepada saya.

9. Seluruh pihak yang mempunyai peran secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis hingga terselesaikan nya skripsi ini.

Semoga Tuhan senantiasa melimpahkan berkat sebagai balasan yang setimpal dengan kebaikan mereka semua. Akhir kata tidak ada kesempurnaan di dunia ini kecuali hak milik semata. Begitupun dalam penyusunan skripsi ini, penulis masih menyadari banyak kekurangan yang masih harus diperbaiki , untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak guna melengkapi skripsi ini, mohon maaf bila terdapat kata kata yang kurang berkenan bagi pembaca. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya dan bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang khususnya.

Malang, 20 Januari 2024

Penulis



Amelinda Putri Kinanti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. <i>Direct marketing</i>	7
2. <i>Product quality</i>	10
3. Minat Beli Ulang	14
B. Hasil Penelitian Terdahulu	16
C. Kerangka Penelitian.....	18
D. Pengembangan Hipotesis.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	21

A. Definisi Operasional Variabel.....	21
B. Lingkup Penelitian	22
C. Lokasi penelitian.....	23
D. Populasi dan Teknik penarikan sampel	23
E. Jenis Data dan Sumber Data.....	24
F. Teknik Pengumpulan Data.....	25
G. Teknik analisis data.....	25
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	30
A. Hasil Penelitian.....	30
B. Pembahasan Hasil Penelitian	56
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran.....	61
C. Keterbatasan Penelitian.....	62
 DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Penelitian Terdahulu	16
Tabel 2. Skala likert.....	25
Tabel 3. Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin	30
Tabel 4. Jumlah responden berdasarkan usia.....	30
Tabel 5. Jumlah responden berdasarkan seberapa sering membuka aplikasi shopee	31
Tabel 6. Jumlah responden berdasarkan seberapa sering melakukan transaksi	32
Tabel 10. Uji Validitas.....	33
Tabel 11. Hasil nilai Croncbach Alpha	35
Tabel 12. Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	35
Tabel 13. Hasil Uji Multikolinieritas	37
Tabel 14. Uji Heteroskedastisitas	38
Tabel 7. Deskripsi Variabel Direct Marketing	38
Tabel 8. Deskripsi variabel product quality	41
Tabel 9. Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang	47
Tabel 15. Uji Regresi Linear Berganda.....	51
Tabel 16. Uji F (simultan)	52
Tabel 17. Uji t (parsial)	54
Tabel 18. Uji Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 19. Uji Dominan.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah penduduk yang terkoneksi dengan internet.....	1
Gambar 2. Jumlah kunjungan pada e-commerce.....	2

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	65
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuisisioner.....	70
Lampiran 3 Output SPSS.....	79
Lampiran 4 Berita Acara Bimbingan Skripsi	86
Lampiran 5 Berita Acara Perbaikan.....	87
Lampiran 6 Hasil Cek Plagiasi	88

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Direct Marketing* dan *Product Quality* terhadap Minat Beli Ulang pada live streaming shopee pada mahasiswa Universitas Merdeka Malang. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan cara menyebarkan kuisioner melalui google form kepada mahasiswa prodi Manajemen Universitas Merdeka Malang. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diambil dari responden yang berjumlah 97 responden melalui google form. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, uji t, uji f serta koefisien determinasi untuk menguji hipotesis. Data tersebut diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 16.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama yaitu *direct marketing* dan *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada *live streaming* shopee pada mahasiswa Unmer Malang. Hipotesis kedua *direct marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada live streaming shopee pada mahasiswa Unmer Malang. Hipotesis ketiga *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada live streaming shopee pada mahasiswa Unmer Malang. Hipotesis keempat *direct marketing* berpengaruh dominan terhadap minat beli ulang *live streaming* shopee pada mahasiswa Unmer Malang. Dan menurut hasil analisis deskriptif dengan nilai mean sebesar 4,60 variabel yang paling mempengaruhi minat beli ulang mahasiswa Unmer Malang pada *live streaming* shopee adalah variabel *direct marketing*.

Kata Kunci : *Direct Marketing, Product Quality, Minat Beli Ulang, Shopee Live Streaming, Mahasiswa Unmer Malang*

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the influence of Direct Marketing and Product Quality on Repurchase Interest in Shopee live streaming among Merdeka University Malang students. The method in this research uses quantitative methods by distributing questionnaires via Google Form to Management study program students at Merdeka University, Malang. The type of data used in this research is primary data taken from 97 respondents via Google Form. The data analysis method in this research uses descriptive analysis, t test, f test and coefficient of determination to test the hypothesis. The data was processed using the SPSS version 16 application.

The results of this research show that the first hypothesis, namely direct marketing and product quality, has a positive and significant effect on repurchase interest on Shopee live streaming among Unmer Malang students. The second hypothesis is that direct marketing has a positive and significant effect on repurchase interest on Shopee live streaming among Unmer Malang students. The third hypothesis is that product quality has a positive and significant effect on repurchase interest on Shopee live streaming among Unmer Malang students. The fourth hypothesis is that direct marketing has a dominant influence on the interest in repurchasing Shopee live streaming among Unmer Malang students. And according to the results of descriptive analysis with a mean value of 4.60, the variable that most influences Unmer Malang students' repurchase interest on Shopee live streaming is the direct marketing variable.

Keywords : *Direct Marketing, Product Quality, Repurchase Interest, Shopee Live Streaming, Unmer Malang Student*