

## DAFTAR ISI

|   |           |
|---|-----------|
| <b>ABSTRAK .....</b>                                  | <b>i</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                            | <b>ii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                | <b>v</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                             | <b>x</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                             | <b>xi</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                         | <b>1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian.....                    | 1         |
| 1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah .....    | 10        |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah.....                       | 10        |
| 1.2.2 Rumusan Masalah .....                           | 11        |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                            | 11        |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                           | 12        |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis.....                           | 12        |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                           | 12        |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN</b> |           |
| <b>HIPOTESIS .....</b>                                | <b>13</b> |
| 2.1 Kajian Pustaka .....                              | 13        |
| 2.1.1 Ilmu Manajemen .....                            | 13        |
| 2.1.1.1 Definisi Manajemen .....                      | 13        |
| 2.1.1.2 Fungsi Manajemen .....                        | 14        |
| 2.1.1.3 Unsur-Unsur Manajemen .....                   | 15        |
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran .....                       | 16        |
| 2.1.2.1 Definisi Manajemen Pemasaran .....            | 16        |
| 2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran .....              | 18        |

|         |   |    |
|---------|---|----|
| 2.1.2.3 | Bauran Pemasaran .....  | 18 |
| 2.1.2.4 | Pemasaran Era Industri 4.0.....   | 19 |
| 2.1.2.5 | <i>E-Commerce</i> .....   | 22 |
| 2.1.3   | <i>Customer Engagement</i> .....  | 24 |
| 2.1.3.1 | Pengertian <i>Customer Engagement</i> .....   | 24 |
| 2.1.3.2 | Tahap-tahap <i>Customer Engagement</i> .....  | 25 |
| 2.1.3.3 | Faktor-faktor Yang Mempengaruhi <i>Customer Engagement</i> .....                      | 27 |
| 2.1.3.4 | Indikator <i>Customer Engagement</i> .....  | 28 |
| 2.1.4   | <i>E-Service Quality</i> .....  | 28 |
| 2.1.4.1 | Pengertian <i>E-Service Quality</i> .....   | 28 |
| 2.1.4.2 | Indikator <i>E-Service Quality</i> .....  | 29 |
| 2.1.4.3 | Manfaat <i>E-Service Quality</i> .....  | 30 |
| 2.1.5   | <i>Online Repurchase Intention</i> .....  | 31 |
| 2.1.5.1 | Pengertian <i>Online Repurchase Intention</i> .....                                   | 31 |
| 2.1.5.2 | Indikator <i>Online Repurchase Intention</i> .....                                    | 31 |
| 2.1.5.3 | Faktor-faktor Yang Mempengaruhi <i>Online Repurchase Intention</i> .....              | 32 |
| 2.1.6   | Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....   | 32 |
| 2.2     | Kerangka Pemikiran .....  | 35 |
| 2.2.1   | Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap <i>Online Repurchase Intention</i> ..... | 35 |
| 2.2.2   | Pengaruh <i>E-service Quality</i> terhadap <i>Online Repurchase Intention</i> .....   | 37 |
| 2.2.3   | Pengaruh <i>Customer Engagement</i> dan <i>E-Service Quality</i>                      |    |

|  |           |
|--|-----------|
| terhadap <i>Online Repurchase Intention</i> .....                      | 38        |
| 2.3 Hipotesis.....   | 41        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                 | <b>42</b> |
| 3.1 Metode Penelitian yang digunakan .....                             | 42        |
| 3.2 Definisi Variabel Dan Operasional Variabel.....                    | 3         |
| 3.2.1 Definisi Variabel.....   | 43        |
| 3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....                                  | 44        |
| 3.3 Populasi dan sampel penelitian .....                               | 46        |
| 3.3.1 Populasi Penelitian .....  | 46        |
| 3.3.2 Sampel Penelitian .....  | 47        |
| 3.4 Sumber Dan Teknik Pengambilan Data .....                           | 48        |
| 3.4.1 Sumber Data .....  | 48        |
| 3.4.2 Teknik Pengumpul Data .....                                      | 50        |
| 3.5 Teknik Analisis Data.....  | 51        |
| 3.6 Tempat dan waktu penelitian.....                                   | 59        |
| 3.6.1 Tempat Penelitian .....  | 59        |
| 3.6.2 Waktu Penelitian.....  | 59        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>                    | <b>60</b> |
| 4.1 Hasil Penelitian.....  | 60        |
| 4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....                              | 60        |
| 4.1.1.1 Profile Singkat <i>E-Commerce</i> Shopee .....                 | 60        |
| 4.1.1.2 Tujuan, <i>Positioning</i> dan <i>Personality</i> Shopee ..... | 61        |
| 4.1.1.3 Nilai-Nilai Shopee .....                                       | 62        |
| 4.1.1.4 Prestasi dan Penghargaan Shopee .....                          | 63        |
| 4.1.1.5 Logo Shopee .....  | 64        |

|         |  |     |
|---------|--|-----|
| 4.1.2   | Gambaran Umum Fakultas Ekonomi Universitas Galuh .....   | 65  |
| 4.1.2.1 | Profil Program Fakultas Ekonomi Universitas Galuh .....  | 65  |
| 4.1.2.2 | Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Ekonomi<br>Universitas Galuh .....   | 66  |
| 4.1.2.3 | Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi<br>Universitas Galuh .....  | 68  |
| 4.1.3   | Karakteristik Responden.....   | 72  |
| 4.1.4   | Deskripsi Variabel Yang Diteliti .....   | 75  |
| 4.1.5   | Hasil Pengujian Perhitungan regresi dan korelasi .....   | 101 |
| 4.1.5.1 | Hasil Analisis Mengenai Pengaruh <i>Customer<br/>Engagement Terhadap Online Repurchase Intention</i> .....   | 103 |
| 4.1.5.2 | Hasil Analisis Mengenai Pengaruh <i>E-service Quality<br/>Terhadap Online Repurchase Intention Mahasiswa<br/>Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi<br/>Universitas Galuh Tahun Angkatan 2019 Pengguna<br/>Aplikasi Shopee</i> .....                       | 107 |
| 4.1.5.3 | Hasil Analisis Tentang Pengaruh <i>Customer<br/>Engagement dan E-service Quality Terhadap Online<br/>Repurchase Intention Mahasiswa Program Studi<br/>Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh<br/>Tahun Angkatan 2019 Pengguna Aplikasi Shopee</i> .... | 111 |
| 4.2     | Pembahasan .....   | 120 |
| 4.2.1   | Pengaruh <i>Customer Engagement terhadap Online<br/>Repurchase Intention Mahasiswa Program Studi<br/>Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Tahun</i>  |     |

|  |            |
|--|------------|
| Angkatan 2019 Pengguna Aplikasi Shopee.....  | 120        |
| 4.2.2 Pengaruh <i>E-service Quality</i> terhadap <i>Online Repurchase Intention</i> Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Tahun Angkatan 2019 Pengguna Aplikasi Shopee .....                                | 121        |
| 4.2.3 Pengaruh <i>Customer Engagement</i> dan <i>E-service Quality</i> terhadap <i>Online Repurchase Intention</i> Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Tahun Angkatan 2019 Pengguna Aplikasi Shopee ..... | 122        |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>   | <b>124</b> |
| 5. 1. Simpulan.....  | 124        |
| 5. 2. Saran.....   | 125        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>   | <b>126</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Gambar 2.1 | Paradigma Penelitian.....                  | 40 |
| Gambar 4.1 | Logo Shopee.....                           | 64 |
| Gambar 4.2 | Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi ..... | 68 |

## DAFTAR TABEL

|           |  |    |
|-----------|--|----|
| Tabel 1.1 | Hasil kuesioner pra survey mengenai <i>Online Repurchase Intention</i> pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh ..... | 6  |
| Tabel 1.2 | Hasil kuesioner pra survey mengenai <i>Customer Engagement</i> pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh .....         | 7  |
| Tabel 1.3 | Hasil kuesioner pra survey mengenai <i>E-Service Quality</i> pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh .....           | 8  |
| Tabel 2.1 | Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....  | 33 |
| Tabel 3.1 | Operasionalisasi Tabel.....  | 45 |
| Tabel 3.2 | Hasil Kuesioner Pra Survey Mengenai Program Studi Manajemen Universitas Galuh Pengguna Aplikasi Shopee .....   | 46 |
| Tabel 3.3 | Data Jumlah Mahasiswa Reguler Tahun 2019 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi yang Menggunakan Shopee.....   | 48 |
| Tabel 3.4 | Skala Likert.....  | 51 |
| Tabel 3.5 | Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....   | 53 |
| Tabel 3.6 | Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....   | 55 |
| Tabel 3.7 | Jadwal Kegiatan Penelitian.....  | 59 |
| Tabel 4.1 | Jumlah Mahasiswa Program Studi Manajemen Tahun Angkatan 2019 Pengguna Aplikasi Shopee Yang Akan Menjadi Sampel ....                                    | 73 |
| Tabel 4.2 | Usia Responden .....   | 74 |

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Tabel 4.3  | Jenis Kelamin Responden.....  | 74 |
| Tabel 4.4  | Interpretasi Skor .....   | 75 |
| Tabel 4.5  | Tanggapan Responden Atas Pernyataan Aplikasi Shopee<br>Memberikan Pelayanan Yang Maksimal.....  | 76 |
| Tabel 4.6  | Tanggapan Responden Atas Pernyataan Aplikasi Shopee<br>Memberikan <i>Reward</i> Berupa Koin Mas Yang Dapat Di Klaim<br>Setiap Memasuki Aplikasi Dan Dapat Ditukar Dengan<br>Berbagai Macam Promo Dan Potongan Harga Mampu Membuat<br>Saya Tertarik Berbelanja Melalui Aplikasi Shopee ..... | 77 |
| Tabel 4.7  | Tanggapan Responden Atas Pernyataan Promo Gratis Ongkir Yang<br>Tersedia Pada Aplikasi Shopee Sangat Membantu Saya Mendapat<br>Potongan Ongkos Kirim Dan Gratis Ongkos Kirim.....   | 77 |
| Tabel 4.8  | Tanggapan Responden Atas Pernyataan Produk Yang Tersedia Di<br>Aplikasi Shopee Memiliki Kualitas Yang Baik.....   | 78 |
| Tabel 4.9  | Tanggapan Responden Atas Pernyataan Toko Yang Tersedia Pada<br>Aplikasi Shopee Memiliki Ulasan Yang Baik.....   | 79 |
| Tabel 4.10 | Tanggapan Responden Atas Pernyataan Informasi Yang Diberikan<br>Aplikasi Shopee Mudah Dipahami.....   | 79 |
| Tabel 4.11 | Tanggapan Responden Atas Pernyataan Informasi Yang Diberikan<br>Aplikasi Shopee Mampu Meyakinkan Saya Melakukan Keputusan<br>Pembelian .....  | 80 |
| Tabel 4.12 | Tanggapan Responden Atas Pernyataan Fitur Yang Disediakan<br>Shopee Sangat Membantu Pengguna Melacak Barang Yang Saya<br>Pesan Dari Mulai Dikemas Sampai Selesai Dikirim .....  | 80 |
| Tabel 4.13 | Tanggapan Responden Atas Pernyataan Berbelanja Melalui  |    |



|            |   |    |
|------------|---|----|
|            | Aplikasi Shopee Sangat Aman .....   | 81 |
| Tabel 4.14 | Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Aplikasi Shopee<br>Mampu Menjaga Privasi Pengguna .....                               | 82 |
| Tabel 4.15 | Rekapitulasi Hasil Kuisioner Variabel <i>Customer Engagement</i> .....  | 83 |
| Tabel 4.16 | Tanggapan Responden Atas Pernyataan Merasa Bahwa<br>Berbelanja Melalui Aplikasi Shopee Sangat Efisien .....                   | 85 |
| Tabel 4.17 | Tanggapan Responden Atas Pernyataan Produk Yang Tersedia Di<br>Aplikasi Shopee Sangat Baik Dan Aman .....                     | 85 |
| Tabel 4.18 | Tanggapan Responden Atas Pernyataan Aplikasi Shopee<br>Menyediakan Berbagai Macam Kebutuhan Papan Sandang Dan<br>Pangan ..... | 86 |
| Tabel 4.19 | Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tidak Pernah Mengalami<br>Kendala Dalam Pengiriman Pada Aplikasi Shopee.....              | 87 |
| Tabel 4.20 | Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tidak Pernah Mengalami<br>Kendala Pada Akun Shopee.....                                   | 87 |
| Tabel 4.21 | Tanggapan Responden Atas Pernyataan Merasa Layanan<br>Keamanan Yang Diberikan Shopee Sudah Cukup Baik.....                    | 88 |
| Tabel 4.22 | Tanggapan Responden Atas Pernyataan Aplikasi Shopee Cukup<br><i>Responsive</i> Dalam Menjawab Keluhan Pengguna .....          | 89 |
| Tabel 4.23 | Tanggapan Respiden Atas Pernyataan Merasa Kendala Pada<br>Aplikasi Shopee Selalu Cepat Diperbaiki.....                        | 89 |
| Tabel 4.24 | Tanggapan Responden Atas Pernyataan Merasa Bahwa<br>Kompensasi Yang Diberikan Aplikasi Shopee Cukup Baik .....                | 90 |
| Tabel 4.25 | Tanggapan Responden Atas Pernyataan Bersedia Menggunakan<br>Nomor Kontak Untuk Mendaftar Akun Aplikasi Shopee .....           | 91 |

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Tabel 4.26 | Rekapitulasi Hasil Kuisioner Variabel <i>E-Service Quality</i> .....   | 91 |
| Tabel 4.27 | Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Merasa Senang<br>Melakukan Pembelian Ulang Produk Pada Aplikasi Shopee .....   | 94 |
| Tabel 4.28 | Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Transaksi Pada<br>Aplikasi Shopee Sangat Mudah.....  | 94 |
| Tabel 4.29 | Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Bersedia<br>Merefrensikan Untuk Melakukan Pembelian Pada Aplikasi<br>Shopee .....                                      | 95 |
| Tabel 4.30 | Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Sering Mendapat<br>Referensi Yang Bagus Pada Aplikasi Shopee .....   | 95 |
| Tabel 4.31 | Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Bersedia Mejadikan<br>Aplikasi Shopee Sebagai Aplikasi Utama Untuk Berbelanja.....                                     | 96 |
| Tabel 4.32 | Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Promo Yang<br>Diadakan Shopee Mampu Membuat Pengguna Tertarik Untuk<br>Terus Berbelanja Melalui Shopee.....            | 97 |
| Tabel 4.33 | Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Tampilan Aplikasi<br>Shopee Adalah Tampilan Yang Paling Baik Dan Sederhana<br>Sehingga Mampu Memudahkan Pengguna ..... | 97 |
| Tabel 4.34 | Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Merasa Bahwa<br>Aplikasi Shopee Banyak Memberikan Manfaat Dan Informasi<br>Yang Positif .....                          | 98 |
| Tabel 4.35 | Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Fitur-Fitur Yang<br>Tersedia Pada Aplikasi Shopee Mempermudah Saya Dalam<br>Mencari Informasi .....                    | 99 |
| Tabel 4.36 | Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Ulasan Yang  |    |

Disediakan Shopee Mampu Memudahkan Pengguna Untuk

Mencari Informasi Mengenai Produk Secara Nyata Dan Detail ... 99

Tabel 4.37 Rekapitulasi Kuisisioner Variabel *Online Repurchase Intention*..... 100

Tabel 4.38 Nilai-Nilai Untuk Perhitungan Regresi Dan Korelasi ..... 101

