

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT  
BELI ULANG PRODUK *FASHION* PADA  
*MARKETPLACE LAZADA***

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**



**OLEH**

**AYU LUSIANA C B TAU**

**NIM : 32116020**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA  
KUPANG  
2020**

LEMBARAN PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK PROMOSI DAN KEPUASAN  
PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK  
FASHION PADA MARKETPLACE LAZADA

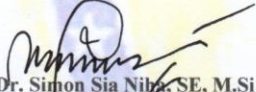
Yang diajukan oleh:

Nama : Ayu Lusiana C B Tau  
NIM : 32116020  
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran


Skripsi ini telah disetujui oleh Tim Pembimbing dan diuji di Fakultas  
Ekonomika dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Katolik  
Widya Mandira Kupang

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Dr. Simon Sia Nilu, SE, M.Si  
NIDN : 082086402

  
Dra. Sukanti MM  
NIDN : 0817125501

  
KUPANG .....2020  
Ketua Program Studi Manajemen,  
Rosadharma Tisu, SE, MM  
NIDN: 0825078305

**LEMBARAN PERSETUJUAN**

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis

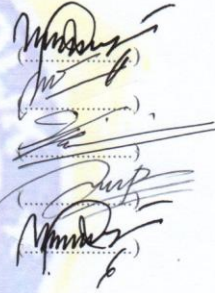
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Kamis, 17 Desember 2020  
Jam : 09.00 – 11.00 Wita  
Tempat : Ruang Magister Manajemen  
Atas Nama : Ayu Lusiana C B Tau  
NIM : 32116020  
Dinyatakan : **LULUS**

**PANITIA PENGUJI SKRIPSI**

1. Ketua : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si
2. Sekretaris : Dra. Sukamti, MM
3. Penguji I : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM
4. Penguji II : Rosadalima Tisu, SE, MM
5. Penguji III : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si



**MENGETAHUI**

**Dekan  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis**  
  
**Anton Sawa Adrianus, SE, MM**  
NIDN : 0809055901

**Ketua Program Studi  
Manajemen**  
  
**Rosadalima Tisu, SE, MM**  
NIDN : 0825078305

## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

**“Masalah akan terasa ringan dengan bersabar dan berlapang dada”**

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

Kepada kedua orang tua saya yang dengan susah payah bekerja keras membiayai pendidikan penulis dan selalu mendoakan yang terbaik untuk penulis.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan Berkat-Nya, sehingga skripsi yang berjudul, **“Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Produk *Fashion* Pada *Marketplace* Lazada”**, dapat diselesaikan dengan baik dan lancar. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang harus diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Menyadari bahwa selama penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dorongan, motivasi serta bimbingan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga dengan ini ucapan terima kasih disampaikan kepada :

1. Pater Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang beserta seluruh staf yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Bapak Jou Sewa Adrianus, SE, MM selaku Dekan dan Bapak Daniel Taolin, SE, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen dan

selaku Penguji II dan Ibu Maria B.M.G Wutun, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan kesempatan, motivasi dan masukan yang sangat membantu hingga penyelesaian skripsi ini.

4. Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si selaku dosen Pembimbing I dan Ibu Dra. Sukamti, MM selaku dosen Pembimbing II yang telah memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan keluangan waktu dalam mengoreksi dan membimbing, sehingga skripsi ini dapat selesai pada waktunya.
5. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Penguji I yang telah meluangkan waktunya untuk menguji dan memberikan koreksi perbaikan demi lebih baiknya skripsi ini.
6. Seluruh Staf Pengajar pada Program Studi Manajemen dan seluruh Staf Bagian Administrasi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan bekal ilmu dan membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan mama, kakak-adik dan seluruh keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, nasihat, dan motivasi serta bantuan materi.
8. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan Manajemen angkatan 2016.

Menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu sangat diharapkan kritikan dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini.

Kupang, Desember 2020

Penulis

## ABSTRAK

**Ayu Lusiana C. B. Tau (32116020)** dengan judul penelitian “**Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Fashion Pada Marketplace Lazada**”. Di bawah bimbingan Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si sebagai pembimbing I dan Ibu Dra. Sukanti, MM sebagai pembimbing II.

Persaingan di dunia perdagangan semakin mengalami peningkatan yang drastis. Peningkatan yang sedang terjadi ini ditandai dengan perkembangan bisnis melalui media sosial *online* dan salah satunya *e-commerce* Lazada. Berdasarkan beberapa jenis produk yang diambil dari *daylisocial*, posisi *online shop* Lazada selalu berada pada urutan terbawah.. Masalah penelitian ini adalah (1) Bagaimana tanggapan responden tentang kualitas produk, promosi, gambaran kepuasan pelanggan dan minat beli ulang produk *fashion* pada *marketplace* Lazada? (2) Apakah kualitas produk, promosi dan kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk *fashion* pada *marketplaze* Lazada? (3) Apakah kualitas produk, promosi, dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk *fashion* pada *marketplaze* Lazada?.

Penelitian dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB) Universitas Katolik Widya Mandira dengan populasi adalah semua mahasiswa yang pernah melakukan pembelian produk *fashion* pada *marketplace* Lazada. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dari jumlah indikator yang digunakan sebanyak 15 dan dikalikan 7, sehingga jumlah sampel penelitian sebanyak 105 orang. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial dengan program SPSS *Statistic version 22*.

Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran untuk kategori ( $\bar{X}$  PS – P) variabel kualitas produk yaitu 72,00%, promosi 72,40%, kepuasan pelanggan 70,40% dan minat beli ulang 74,40% semuanya masuk kategori baik. Analisis statistik regresi linear berganda diperoleh persamaan  $Y = 0,117 X_1 + 0,131 X_2 + 0,669 X_3$ . Hasil Uji t diperoleh nilai Sig untuk variabel kualitas produk sebesar 0,077 dan variabel promosi sebesar 0,076 dimana keduanya lebih besar dari 0,05, yang berarti berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang, sedangkan variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Hasil Uji F menunjukkan nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya secara simultan variabel kualitas produk, promosi dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang dihasilkan sebesar 0,671 yang menjelaskan bahwa besaran kontribusi pengaruh variabel kualitas produk, promosi dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang sebesar 67,1% sedangkan sisanya sebesar 31,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, *Marketplace* Lazada diharapkan dapat membuat kualitas pelayanan dan promosi dengan lebih baik dan lebih menarik lagi agar dapat mendorong minat beli ulang dalam diri konsumen.

**Kata kunci** : Kualitas Produk, Promosi, Kepuasan pelanggan, Minat Beli Ulang

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
A. Konsep Pemasaran .....	9
B. Keputusan Pembelian .....	13
C. Minat Beli Ulang .....	16
D. Kualitas Produk .....	21
E. Promosi .....	23
F. Kepuasan Pelanggan .....	25
G. Penelitian Sebelumnya .....	27
H. Kerangka Pemikiran .....	29
I. Hipotesis Penelitian .....	31



<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	33
B. Populasi dan Sampel .....	33
C. Jenis Data .....	34
D. Teknik Pengumpulan Data .....	35
E. Variabel, Definisi Operasional, Indikator .....	36
F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	38
G. Teknik Analisis Data .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
A. Karakteristik Responden .....	49
B. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian .....	52
C. Analisis Data .....	56
D. Pembahasan .....	69
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>72</b>
A. Kesimpulan .....	72
B. Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>77</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Rating Fashion E-commerce di Indonesia .....	4
Tabel 1.2 Hasil survei awal online shop Lazada mengenai kualitas produk, promosi, dan kepuasan pelanggan .....	6
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator, Item.....	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program studi .....	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1) .....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Promosi (X2) .....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (X3).....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Minat Beli Ulang (Y) .....	54
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas .....	55
Tabel 4.10 Kategori Gambaran Kualitas Produk (X1).....	56
Tabel 4.11 Kategori Gambaran Promosi (X2 ) .....	57
Tabel 4.12 Kategori Gambaran Kepuasan Pelanggan (X3) .....	58
Tabel 4.13 Kategori Gambaran Minat Beli Ulang (Y) .....	59
Tabel 4.14 Uji Linearitas.....	61
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas .....	61
Tabel 4.16 Hasil Analisis Linear Berganda .....	63
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	65
Tabel 4.18 Hasil Simultan (Uji F).....	67
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	68

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	31
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas .....	60
Gambar 4.2 P-plot Uji Normalitas .....	60
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	62