

ABSTRAK

Amanda Aulia Fadillah. 160541100084. Hubungan Antara Kualitas Produk dengan Niat Pembelian Kembali (*Repurchase Intention*) Pada Mahasiswa Pengguna *E-commerce* Via Shopee. Skripsi. Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura. 2021. xii + 72 halaman + 16 lampiran.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kualitas produk dengan niat pembelian kembali (*repurchase intention*) pada mahasiswa pengguna *e-commerce* via shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat korelasional. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan dua jenis skala, yaitu skala kualitas produk dan *repurchase intention*. Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan Product Moment Pearson dengan bantuan program SPSS 23 *for windows*. Hasil penelitian dari kualitas produk dengan niat pembelian kembali (*repurchase intention*) menggunakan teknik korelasi Product Moment Pearson menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,036 yang artinya nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05 ($0,036 < 0,05$). Hasil uji korelasi *product moment pearson* yang dilihat dari nilai koefisien kualitas produk dengan niat pembelian kembali (*repurchase intention*) sebesar 0,210 yang artinya tingkat hubungannya lemah.

Kata Kunci: Kualitas Produk, *Repurchase Intention*

ABSTRACT

Amanda Aulia Fadillah. 120541100000. The Relationship Between Product Quality with Repurchase Intention in Students Using E-commerce Via Shopee. Thesis. Psychology Study Program, Faculty of Social and Cultural Sciences, Trunojoyo Madura University. 2021. xii + 72 pages + 16 appendix

This study aims to determine the relationship between product quality and repurchase intention in students using e-commerce shopee. This research used a correlational quantitative approach. Respondents in this study were 100 students with purposive sampling technique. The data collection in this study used two types of scales; the product quality and repurchase intention. The data analysis method used in this study was Pearson's Product Moment with the help of the SPSS 23 for windows program. The result of the research on product quality with repurchase intention using Pearson's Product Moment correlation technique shows that the significance value is 0.036, which means the significance value is smaller than 0.05 ($0.036 < 0.05$). Furthermore, the result of the Pearson product moment correlation test shows that from the coefficient value of product quality with repurchase intention is 0.210. Thus, it can be concluded that the level of the relationship is weak.

Keywords: Product Quality, Repurchase Intention

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusann Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II. LANDASAN TEORI	11
2.1 Niat Pembelian Kembali (<i>Repurchase Intention</i>)	11
2.1.1 Definisi Niat Pembelian Kembali (<i>Repurchase Intention</i>)	11
2.1.2 Dimensi Niat Pembelian Kembali (<i>Repurchase Intention</i>)	11
2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi <i>Repurchase Intention</i>	12
2.2 Kualitas Produk	14
2.2.1 Definisi Produk	14
2.2.2 Klasifikasi Produk	14
2.2.3 Definisi Kualitas Produk	15
2.2.4 Dimensi Kualitas Produk	16
2.2.5 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	16
2.3 <i>E-Commerce</i>	19
2.3.1 Definisi <i>E-Commerce</i>	19
2.3.2 Karakteristik <i>E-Commerce</i>	20
2.3.3 Jenis-Jenis <i>E-Commerce</i>	21
2.3.4 Keuntungan dan Kerugian <i>E-Commerce</i>	22
2.4 Mahasiswa	23
2.4.1 Definisi Mahasiswa	23
2.4.2 Perilaku Konsumtif Mahasiswa	24
2.5 Hubungan antara Kualitas Produk dengan <i>Repurchase Intention</i>	25
2.6 Kerangka Konseptual	29
2.7 Hipotesis	30
Bab III. METODE PENELITIAN	31
3.1 Pendekatan Penelitian	31

3.2 Variabel Penelitian	33
3.2.1 Definisi Konseptual	33
3.2.2 Definisi Operasional	34
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	37
3.3.1 Populasi	37
3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling	38
3.4 Metode Pengumpulan Data	39
3.4.1 Skala Kualitas Produk	41
3.4.2 Skala <i>Repurchase Intention</i>	43
3.5 Teknik Analisis Data	45
3.5.1 Uji Validitas	46
3.5.2 Uji Reliabilitas	47
3.5.3 Uji Asumsi	47
3.5.3.1 Uji Normalitas	47
3.5.3.2 Uji Linieritas	48
3.5.4 Uji Statistik	48
3.5.4.1 Uji Deskriptif	49
3.5.4.2 Uji Korelasi <i>Product Moment Pearson</i>	49
Bab IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	50
4.1.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian	50
4.1.2 Hasil Validitas	50
4.1.3 Hasil Uji Reliabilitas	57
4.1.4 Hasil Uji Asumsi	58
4.1.5 Hasil Uji Statistik	61
4.1.6 Uji Korelasi <i>Product Moment Pearson</i>	66
4.2 Pembahasan	67
4.3 Keterbatasan Penelitian	69
Bab V. KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Kualitas Produk	34
Tabel 3.2 Definisi Operasional <i>Repurchase Intention</i>	36
Tabel 3.3 Skor Pengukuran Kualitas Produk dan <i>Repurchase Intention</i>	40
Tabel 3.4 <i>Blue Print</i> Skala Kualitas Produk	41
Tabel 3.5 <i>Blue Print</i> Skala <i>Repurchase Intention</i>	44
Tabel 4.1 Uji Validitas Kualitas Produk Putaran Pertama	51
Tabel 4.2 Sebaran Item Valid dan Gugur Skala Kualitas Produk	52
Tabel 4.3 Sebaran Item Valid Skala Kualitas Produk	53
Tabel 4.4 Uji Validitas <i>Repurchase Intention</i> Putaran Pertama	54
Tabel 4.5 Sebaran Item Valid dan Gugur Skala <i>Repurchase Intention</i>	55
Tabel 4.6 Sebaran Item Valid dan Gugur Skala <i>Repurchase Intention</i>	56
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Kualitas Produk	58
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas <i>Repurchase Intention</i>	58
Tabel 4.9 Uji Normalitas Skala Kualitas Produk	59
Tabel 4.10 Uji Normalitas Skala <i>Repurchase Intention</i>	60
Tabel 4.11 Uji Linieritas	61
Tabel 4.12 Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk	62
Tabel 4.13 Kategorisasi Kualitas Produk	63
Tabel 4.14 Uji Statistik Deskriptif <i>Repurchase Intention</i>	64
Tabel 4.15 Kategorisasi <i>Repurchase Intention</i>	65
Tabel 4.16 Uji Korelasi Product Moment Pearson	66
Tabel 4.17 Klasifikasi Kekuatan Korelasi	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Paradigma Penelitian	32
Gambar 4.1 Diagram Sebaran Uji Normalitas Kualitas Produk	59
Gambar 4.2 Diagram Sebaran Uji Normalitas <i>Repurchase Intention</i>	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Bimbingan	78
Lampiran 2 Kualitas Produk	80
Lampiran 3 Skala <i>Repurchase Intention</i>	84
Lampiran 4 <i>Informed Consent</i>	87
Lampiran 5 Tabulasi Data Kualitas Produk	93
Lampiran 6 Tabulasi Data <i>Repurchase Intention</i>	108
Lampiran 7 Uji Validitas Kualitas Produk Putaran Pertama	117
Lampiran 8 Uji Validitas Kualitas Produk Putaran Kedua	122
Lampiran 9 Uji Validitas <i>Repurchase Intention</i> Putaran Pertama	128
Lampiran 9 Uji Validitas <i>Repurchase Intention</i> Putaran Kedua	131
Lampiran 11 Uji reliabilitas Kualitas Produk	135
Lampiran 12 Uji Reliabilitas <i>Repurchase Intention</i>	137
Lampiran 13 Uji Normalitas	139
Lampiran 14 Uji Linieritas	140
Lampiran 15 Uji Deskriptif	141
Lampiran 16 Uji Korelasi Product Moment	144