

PENGARUH DIMENSI IKLAN DENGAN KEMUDAHAN

PENGGUNAAN TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA PENGGUNA

APLIKASI SHOPEE

Oleh :

Nama : Bobby Junior

NIM : 25190353

Skripsi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

APRIL 2023



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

PENGARUH DIMENSI IKLAN DENGAN KEMUDAHAN

PENGUNAAN TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA PENGGUNA

APLIKASI SHOPEE

Diajukan Oleh

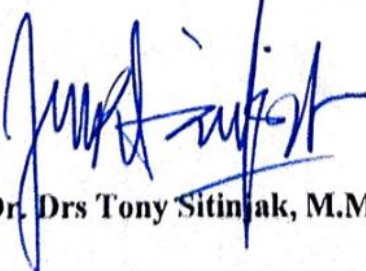
Nama: Bobby Junior

NIM: 25190353

Jakarta, 12 April 2023

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Dr. Drs Tony Sitinjak, M.M)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2023

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





ABSTRAK

Bobby Junior / 25190353 / 2023 / Pengaruh Dimensi Iklan Dengan Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pengguna Aplikasi Shopee / Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M.

Teknologi saat ini telah menjadi salah satu kebutuhan yang menempel erat dengan masyarakat, internet mampu membantu masyarakat dalam mengatasi hal seperti konektivitas yang tentunya dalam jangkauan yang sangat luas dan berkemampuan untuk mendistribusikan pengetahuan secara cepat dan terus berkembang hingga mampu terwujudkannya transaksi secara online. Seiring dengan berjalannya waktu prihal tersebut berbagai macam inovasi muncul dan berkembang untuk mendapatkan suatu hal yang dapat membuat masyarakat menjadi terbantu dan termudahkan dalam mencapai sesuatu yang dibutuhkan, salah satu inovasi tersebut merupakan berkembangnya aplikasi – aplikasi digital, perkembangan serta kemajuan teknologi internet yang sedemikian pesat akhirnya menimbulkan dampak perubahan pola perilaku pada kebanyakan orang dan hal ini disebabkan oleh inovasi yang di sebut dengan E-Commerce.

Ada dua jenis variabel yang di pakai dalam penelitian ini, yaitu variabel independent dan dependen. Variabel independent terdiri dari iklan dan kemudahan, sedangkan variabel dependen terdiri dari niat beli ulang.

Objek penelitian ini adalah konsumen di Shopee. Metode penelitian yang dipakai adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Data dikumpulkan dengan menyebarkan responden melalui google form kepada 110 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik judgement sampling.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang.

Kesimpulan penelitian ini adalah iklan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang di Shopee dimana iklan ini memiliki pengaruh yang kuat terhadap niat beli ulang konsumen di Shopee dan kemudahan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang di Shopee, dimana kemudahan ini memiliki pengaruh yang kuat terhadap niat beli ulang konsumen di Shopee. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan agar Shopee harus dapat terus memberikan update yang terbaru demi kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan aplikasi bagi pengguna Aplikasi Shopee.

Kata Kunci: Iklan , Kemudahan penggunaan , dan Niat Beli Ulang.

ABSTRACT

Bobby Junior / 25190353 / 2023 / *The Effect of Ads Dimensions With Ease of Use on Repurchase Intentions in Shopee Application Users* / Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M.

Today's technology has become one of the needs that is closely attached to society, the internet is able to help people in overcoming things such as connectivity which is of course in a very wide range and has the ability to distribute knowledge quickly and continues to grow so that online transactions can be realized. As time goes by, various kinds of innovations emerge and develop to get things that can help people and make it easier for people to achieve what they need, one of these innovations is the development of digital applications, the development and progress of internet technology, which is so fast that has an impact on changing behavior patterns in most people and this is caused by innovation called E-Commerce.

There are two types of variables used in this study, namely independent and dependent variables. The independent variable consists of advertising and convenience, while the dependent variable consists of repurchase intention.

The object of this research is consumers at Shopee. The research method used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis. Data was collected by distributing respondents via Google form to 110 respondents. Sampling was done by judgment sampling technique.

The results of this study indicate that advertising has a positive and significant effect on convenience, a positive and significant effect on repurchase intention.

The conclusion of this study is that advertising has a positive effect on repurchase intention at Shopee, where this ad has a strong influence on consumers repurchase intention at Shopee and convenience has a positive effect on repurchase intention at Shopee, where this convenience has a strong influence on repurchase intention consumers on Shopee. Based on the research results, the researcher suggests that Shopee should be able to continue to provide the latest updates for the convenience and comfort of using the application for Shopee Application users.

Keywords: Advertising , Convenience, and Repurchase Intentions.





KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena Kasih Sayang serta Berkah Rahmat-Nya skripsi yang berjudul “Pengaruh Dimensi Iklan Dengan Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pengguna Aplikasi Shopee” ini dapat terselesaikan dengan baik tepat pada waktunya. Karya Akhir berupa Skripsi merupakan bagian yang integral dari keseluruhan Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie Jakarta dan sebagai syarat dalam meraih gelar Sarjana Manajemen di Program Studi Manajemen.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak yang telah banyak memberikan bimbingan dan motivasi kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Dr.Tony Sitinjak,M.M. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia dengan meluangkan waktu, pemikiran dan tenaga untuk membimbing serta mengarahkan penulis selama melakukan penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan dengan baik.
2. Kepada seluruh pihak dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan segala ilmu pengetahuan yang sangatlah berharga bagi peneliti hingga peneliti dapat mencapai titik sekarang dan untuk memberikan bekal bagi masa depan peneliti.
3. Kepada kedua orang tua yang telah memberikan bantuan berupa doa dan motivasi selama proses penyusunan skripsi penelitian ini.

© Hak Cipta milik IBI KK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Jakarta
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Kepada Eric, Vincent dan teman teman baik dari dalam kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie maupun di luar kampus yang telah memberikan bantuan serta dukungan.
5. Dan kepada berbagai pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna atau memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan. Maka dari itu peneliti ingin menyampaikan permohonan maaf yang sebesar – besarnya atas kekurangan tersebut. Peneliti sangat terbuka terhadap saran dan kritik yang dapat membangun peneliti kedepannya untuk lebih baik lagi. Akhir kata, peneliti berharap skripsi yang telah tersusun ini dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang membacanya.

Jakarta, Maret 2023

Penulis

Bobby Junior

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
B. Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
D. Batasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
F. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
G. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
B. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
D. Hipotesis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Teknik Pengumpulan Sampel	Error! Bookmark not defined.
E. Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
F. Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Profil Responden	Error! Bookmark not defined.
C. Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.





E. Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

- 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Daftar 10 e-Commerce Terpopuler di Indonesia	4
Gambar 1.2	Daftar e-commerce terpopuler di Indonesia 2022	5
Gambar 2.1	Model Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4.1	Logo Shopee	41

© Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Niat Beli Ulang	26
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Iklan	27
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Kemudahan	29
Tabel 3.4	Tabel Skala Likert.....	32
Tabel 4.1	Presentase Responden yang Menggunakan Aplikasi Shopee	41
Tabel 4.2	Presentase Responden yang Pernah Melakukan Transaksi di Shopee.....	42
Tabel 4.3	Presentase Responden berdasarkan jenis kelamin	42
Tabel 4.4	Presentase Responden berdasarkan usia	43
Tabel 4.5	Presentase Responden berdasarkan pekerjaan	44
Tabel 4.6	Presentase Responden berdasarkan penghasilan	45
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Niat Beli Ulang	46
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Iklan	47
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Kemudahan	49
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel	51
Tabel 4.11	Mean dan Confidence Interval Variabel Niat Beli Ulang	52
Tabel 4.12	Mean dan Confidence Interval Variabel Iklan	53
Tabel 4.13	Mean dan Confidence Interval Variabel Kemudahan	55
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas Residual.....	58
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4.16	Hasil Uji Heterokedastisitas	59
Tabel 4.17	Hasil Uji Keberartian Model.....	59
Tabel 4.18	Hasil Uji Signifikan Koefisien	60
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	61

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menyalin sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.