

SKRIPSI

**PENGARUH *CONVENIENCE*, *PERCEIVED VALUE*
DAN *SATISFACTION* TERHADAP *REPURCHASE*
INTENTION SHOPEE INDONESIA DI JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: KEVIN

NIM: 115170280

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2020

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : KEVIN
NIM : 115170280
PROGRAM/JURUSAN : S1/MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *CONVENIENCE*, *PERCEIVED*
VALUE, DAN *SATISFACTION* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION SHOPEE
INDONESIA DI JAKARTA

Jakarta, 5 Januari 2021

Pembimbing,



(Rodhiah, Dra., MM.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : KEVIN
NIM : 115170280
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *CONVENIENCE*, *PERCEIVED VALUE*, DAN *SATISFACTION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* SHOPEE INDONESIA DI JAKARTA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 27 Januari 2021 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Dr. Drs. I GEDE ADIPUTRA, MM
2. Anggota Penguji : - Dra. RODHIAH, MM
- Dra. KHAIRINA N.S., MM

Jakarta, 2021

Pembimbing,



(Rodhiah, Dra., MM.)

ABSTRACT

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

- (A) KEVIN (115170280)
- (B) *THE EFFECT OF CONVENIENCE, PERCEIVED VALUE, AND SATISFACTION ON REPURCHASE INTENTION SHOPEE INDONESIA IN JAKARTA*
- (C) XV + halaman 73, 2020, tabel 16, gambar 5, lampiran 4
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstract:** *This study aims to determine the effect of convenience, perceived value, and satisfaction on Shopee Indonesia's repurchase intention in Jakarta. The sampling technique used was purposive sampling. The data collection technique uses a questionnaire via google form which is distributed through social media. The number of samples is 100 respondents. The analytical tool used in this study using SPSS ver.23. The analysis technique in this study used multiple regression analysis using the t test, f test, and coefficient of determination (R²). The results showed that convenience did not have a significant effect on repurchase intention, while perceived value and satisfaction had a significant effect on repurchase intention.*
- (F) **Keywords:** *convenience, perceived value, satisfaction, repurchase intention.*
- (G) Daftar Pustaka 29 (1923-2020)
- (H) Rodhiah, Dra., MM.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

- (A) KEVIN (115170280)
- (B) PENGARUH *CONVENIENCE*, *PERCEIVED VALUE*, DAN *SATISFACTION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* SHOPEE INDONESIA DI JAKARTA
- (C) XV + halaman 73, 2020, tabel 16, gambar 5, lampiran 4
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstract:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *convenience*, *perceived value*, dan *satisfaction* terhadap *repurchase intention* Shopee Indonesia di Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner melalui google form yang disebarakan melalui media sosial. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS ver.23. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda menggunakan uji t, uji f, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *convenience* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *repurchase intention*, sedangkan *perceived value* dan *satisfaction* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *repurchase intention*.
- (F) **Kata Kunci:** kenyamanan, nilai keuntungan, kepuasan, niat pembelian ulang.
- (G) Daftar Pustaka 29 (1923-2020)
- (H) Rodhiah, Dra., MM.