

**PENGARUH *E- SERVICE QUALITY*, *E- TRUST*, DAN
E- SATISFACTION TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PRODUK
SKINCARE & BODYCARE SKINTIFIC PADA *E-COMMERCE* SHOPEE**

SKRIPSI



OLEH :

NAUFAL IBADILLAH

NPM. 18042010149

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST*, DAN
E-SATISFACTION TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PRODUK
SKINCARE & BODYCARE SKINTIFIC PADA *E-COMMERCE* SHOPEE**

Disusun Oleh :

NAUFAL IBADILLAH

NPM. 18042010149

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB

NIP. 198910302020121007

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST*, DAN *E-SATISFACTION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PRODUK *SKINCARE & BODYCARE* SKINTIFIC PADA *E-COMMERCE* SHOPEE

Disusun Oleh :

NAUFAL IBADILLAH

NPM. 18042010149

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal : 13 Juni 2025

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302020121007

Tim Penguji

1. Ketua

Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, ST., M.Si
NIP. 196112241989031007

2. Sekretaris

Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM.MA
NPT. 21119771204337

3. Anggota

Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302020121007

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Naufal Ibadillah
NPM : 18042010149
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 23 Mei 2025
Yang membuat pernyataan



Naufal Ibadillah
NPM. 18042010149

*pilih salah satu (lingkari)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *E- Service Quality*, *E- Trust*, Dan *E- Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* Produk *Skincare & Bodycare Skintific* Pada *E-Commerce Shopee*”**

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada bapak Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini. Penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis, baik dukungan moril, materil, maupun spiritual. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 <i>E-Service Quality</i>	14
2.2.2 <i>E-Trust</i>	18
2.2.3 <i>E-Satisfaction</i>	20
2.2.4 <i>Repurchase Intention</i>	22
2.2.5 Pengaruh E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention.....	26
2.2.6 Pengaruh E-Trust Terhadap Repurchase Intention	26
2.2.7 Pengaruh E-Satisfaction Terhadap Repurchase Intention.....	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30

4. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya untuk menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat di harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan khususnya bagi penulis.

Surabaya, Mei 2025

Penulis

3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	34
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5	Teknik Analisis Data.....	38
3.6	Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL DA PEMBAHASAN		47
4.1	Gambaran Umum dan Objek Penelitian	47
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	53
4.3	Hasil Analisis dan Pengujian Hipotesis	63
4.3.1	Uji Validitas	63
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	64
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	65
4.3.3.2	Multikolinearitas.....	66
4.3.3.3	Heteroskedastisitas	67
4.3.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
4.3.5	Uji Hipotesis.....	71
4.3.5.1	Uji F.....	71
4.3.5.2	Uji t	72
4.3.6	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	74
4.4	Pembahasan.....	75
4.4.1	Pengaruh Secara Simultan E- Service Quality (X1), E- Trust (X2), dan E- Satisfaction (X3) Terhadap Repurchase Intention (Y).....	75
4.4.2	Pengaruh E- Service Quality (X1) Terhadap Repurchase Intention (Y). 77	
4.4.3	Pengaruh E- Trust (X2) Terhadap Repurchase Intention (Y)	78
4.4.4	Pengaruh E- Satisfaction (X3) Terhadap Repurchase Intention (Y)....	80
BAB V PENUTUP		83
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA		86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Peneliti.....	28
Gambar 3. 1 Kurva Uji F.....	46
Gambar 3. 2 Kurva Uji Parsial (Uji t).....	46

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pengunjung Shopee Tahun 2023	3
Tabel 1. 2 Data Produk Terlaris Di Shoppe Tahun 2024.....	5
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah.....	56
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif Variabel E- Service Quality (X1).....	57
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Variabel E- Trust (X2).....	59
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel E- Satisfaction (X3).....	60
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel Repurchase Intention (Y).....	61
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	63
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	65
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas	67
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
Tabel 4. 14 Hasil Uji F	72
Tabel 4. 15 Hasil Uji t	73
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	74

ABSTRAK

NAUFAL IBADILLAH, 18042010149, Pengaruh *E- Service Quality*, *E- Trust*, Dan *E- Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* Produk *Skincare & Bodycare Skintific* Pada *E-Commerce* Shopee

Shopee menjadi *e-commerce* terpopuler dan terbaik di Indonesia saat ini. Sejak pertama kali diluncurkan, Shopee terus berinovasi dengan fitur-fitur yang dapat menguntungkan penjual maupun pembeli. Berikut diantaranya yaitu, Shopee Live Ini merupakan fitur yang memungkinkan penjual melakukan *live streaming*, untuk memperkenalkan serta mempromosikan produk secara langsung kepada pembeli. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *E-service Quality*, *E-Trust*, dan *E-Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention* produk Skintific di Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat domisili Surabaya yang mengetahui produk Skintific. Sampel pada penelitian ini sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari objek peneliti. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google Form*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah linier berganda dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS versi 29. Dengan demikian hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *E-service Quality*, *E-Trust*, dan *E-Satisfaction* secara simultan berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* produk Skintific di Surabaya. *E-service Quality*, *E-Trust*, dan *E-Satisfaction* berpengaruh positif dan parsial terhadap *Repurchase Intention* produk Skintific di Surabaya.

Kata Kunci : *E-service Quality*, *E-Trust*, dan *E-Satisfaction*, *Repurchase Intention*

ABSTRACT

NAUFAL IBADILLAH, 18042010149, Pengaruh E- Service Quality, E- Trust, Dan E- Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Produk Skincare & Bodycare Skintific Pada E-Commerce Shopee

Shopee is the most popular and best e-commerce in Indonesia today. Since it was first launched, Shopee has continued to innovate with features that can benefit both sellers and buyers. Here are some of them, Shopee Live This is a feature that allows sellers to do live streaming, to introduce and promote products directly to buyers. This study was conducted to determine the effect of E-service Quality, E-Trust, and E-Satisfaction on Repurchase Intention for Skintific products in Surabaya. The type of research used is quantitative research. The population used in this study are people who live in Surabaya who know Skintific products. The sample in this study were 96 respondents. The sampling technique used in this study was nonprobability sampling. The type of data used is primary data, namely data obtained directly from the object of research. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires via Google Form. The data analysis technique used in this research is multiple linear by utilizing SPSS software version 29. Thus the results of this study indicate that E-service Quality, E-Trust, and E-Satisfaction simultaneously affect Repurchase Intention of Skintific products in Surabaya. E-service Quality, E-Trust, and E-Satisfaction have a positive and partial effect on Repurchase Intention of Skintific products in Surabaya.

Keywords : *E-service Quality, E-Trust, dan E-Satisfaction, Repurchase Intention*