

**PENGARUH *EASY OF USE*, *SALES PROMOTION*, DAN *TRUST*  
TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA LIVE STREAMING  
SHOPEE**

**SKRIPSI**



**OLEH:  
TRISABELA ARYANTI  
NIM: 112010681**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

**PENGARUH *EASY OF USE*, *SALES PROMOTION*, DAN *TRUST*  
TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA LIVE STREAMING  
SHOPEE**

Diajukan kepada Universitas Pelita Bangsa  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

**SKRIPSI**



OLEH:  
TRISABELA ARYANTI  
NIM: 112010681

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Trisabela Aryanti

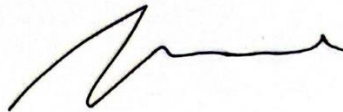
NIM : 112010681

Judul Skripsi : Pengaruh *Easy Of Use, Sales Promotion Dan Trust*  
Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Shopee

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian tugas akhir pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 20 Juli 2024

Pembimbing,



Syahrul Alim, S.TP, M.M.  
NIDN : 0423037003

**Lembar Pengesahan Publikasi Pengganti Ujian Sidang Skripsi**

SKRIPSI

***PENGARUH EASY OF USE, SALES PROMOTION, DAN TRUST  
TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA LIVE STREAMING SHOPEE***

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Trisabela Aryanti

112010681

Telah dipublikasikan pada Jurnal Al-Kharaj, Volume 6 Nomor 6, tahun 2024 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Bekasi, 20 Juli 2024

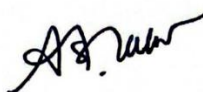
Ka.Prodi Manajemen



Yunita Ramadhani RDS..S.E..M.Sc

NIDN: 0406068402

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr.Preatmi Nurastuti..S.E..M.M

NIDN: 0404046508

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti akan bisa kau ceritakan”

( Boy Candra )

Kamu sering kali berkata tidak sanggup, bahkan beberapa kali ingin menyerah. Tapi lihat, kamu masih bertahan sampai saat ini. Teruslah mengeluh , sampai pada akhirnya semua terselesaikan juga

.....

## PERSEMBAHAN

Tiada lembar yang paling inti dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh cinta kasih kepada:

Cinta pertama dan panutanku, Bapak Siar Bin Taman dan pintu surgaku Ibu Sumarni. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan. Beliau sangat berperan penting dalam proses hidup saya. Selalu memotivasi, mendidik dan memberikan dukungan penuh hingga penulis mampu menyelesaikan pendidikan ini sampai sarjana. Terimakasih untuk semuanya, berkat do'a dan dukungan mama dan bapak saya bisa berada di titik ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi karna kalian harus selalau ada di setiap perjalanan dan pencapaian hidup saya.

Kepada kedua kakakku tersayang Trisa Dina Ekawati dan Trisa Dela Olvianti serta adiku Tri Sonia Ramadani ketiga saudaraku yang selalu ada saat senang maupun susah. Terimakasih sudah ikut serta dalam proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih sudah membantu dan memberikan semangat untuk saya.

Tumbuhlah menjadi versi yang lebih hebat kakak dan adiku.

serta seluruh keluarga besar yang senantiasa selalu mendoakan dan menginginkan yang terbaik untuk saya.

Untuk diri saya sendiri Trisabela aryanti. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini dan tidak pernah menyerah sesulit apapun prosesnya. Berbahagialah selalu dimanapun berada. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Trisabela Aryanti  
NIM : 112010681  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip hasil karya orang lain telah di tuliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 20 Juli 2024  
Tanda Tangan



Trisabela Aryanti

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Easy of Use, Sales Promotion, Dan Trust* Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Shopee”. Penyusunan tugas Akhir/Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Starta Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa (UPB).

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir/Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Allah SWT Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan agar bisa menyusun skripsi ini dengan lancar.
2. Bapak Syahrul Alim, S.TP,M.M. selaku dosen pembimbing utama yang telah sabar membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, dan memberikan masukan kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
3. Ibu Yunita Ramadhani Ratnaningsih RDS, S.E., M.Sc dan Erina Rulianti, SIP.,M.M. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat Menulis Tugas Akhir/Skripsi Mahasiswa.
4. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti, S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil terhadap penulis.
5. Bapak Hamzah Muhammad M.,SKM.,M.M. selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati serta membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal

bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi ini.

7. Orang tua saya tercinta yang telah membesarkan, mendidik, serta mendoakan saya dengan penuh kesabaran, keteladanan, serta pengorbanan yang tidak terhingga.
8. Kepada kedua kakakku tersayang Trisa Dina Ekawati dan Trisa Dela Olvianti serta adiku Tri Sonia Ramadani ketiga saudaraku yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
9. Kepada keponakanku Asifa, Azka, Dinda, Dewa. Anak kecil yang selalu menghibur penulis walaupun kadang menjengkelkan. Tumbuhlah menjadi anak yg hebat.
10. kepada sahabat saya Riris yang selalu membantu dan memberikan semangat dalam penyusunan proposal ini.
11. Teruntuk sahabat sahabat seperjuangan saya Dian, Zahra, Lina, Anisa, Apip, Berto, Gaga, enjang, Tama, Gampi, Sigit, Ahmad, Tio dan Teman – teman “Dibawah Pohon”, terimakasih sudah berjuang bersama – sama hingga selesai. Selalu memberikan semangat yang luar biasa selama masa pendidikan ini. Tanpa adanya kalian perjalanan ini terasa begitu berat, kalian adalah bagaian tak terpisahkan dari keberhasilan ini.
12. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Ilham R.A. Terimakasih Telah menjadi tempat berkeluh kesah disaat lelah. Telah berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu maupun materi kepada penulis. Selalu menjadi pendengar dan penghibur yang baik. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalana hidup penulis, harapan penulis semoga kita bisa sukses bersama sesuai dengan apa yang kita impikan.
13. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas diskusi, saran serta semangat yang diberikan.
14. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi ini.



15. Terakhir Trisabela Aryanti, diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap proses yang bisa dibilang tidak mudah. Sekali lagi terimakasih sudah bertahan dari banyaknya ketidak - percayaan, ketakutan, ketidak- beranian hingga sampai dititik ini.

Berbahagia

Berbanggalah

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir/Skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saya sangat mengharapkan kritik serta saran. Semoga tugas akhir/skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 20 Juli 2024

Tri Sabela Aryanti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiv
<b>ABSTRAK</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	11
2.1. Landasan Teori .....	11
2.1.1. Minat Beli Ulang .....	11
2.1.2. <i>Easy Of Use</i> .....	14
2.1.3. <i>Sales Promotion</i> .....	16
2.1.4. <i>Trust</i> .....	19
2.2. Penelitian Terdahulu .....	24
2.3. Hipotesa Penelitian.....	31
2.4. Model Penelitian.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	34
3.1. Jenis dan Desain Penelitian .....	34
3.1.1. Jenis Penelitian .....	34
3.1.2. Desain Penelitian .....	34
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian .....	36
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	37
3.3.1. Definisi Operasional Variabel.....	37
3.3.2. Skala Pengukuran Variabel.....	41
3.4. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel .....	41
3.4.1. Populasi .....	41
3.4.2. Sampel .....	42
3.5. Jenis Sumber dan Teknik Pengambilan Data .....	42
3.5.1. Jenis Data.....	42

3.5.2.	Sumber Data .....	43
3.5.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5.4.	Uji Instrumen Penelitian.....	44
3.6.	Metode Analisis Data .....	46
3.6.1.	Metode Analisis Data SEM PLS .....	46
3.6.2.	Analisis Outer Model .....	46
3.6.3.	Analisis Inner Model .....	48
3.6.4.	Uji Hipotesa.....	49
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
4.1.	Gambaran Umum .....	50
4.1.1.	Profile Perusahaan Shopee .....	50
4.1.2.	Visi Misi Shopee.....	51
4.1.3.	Logo Shopee dan Fitur Shopee Live .....	51
4.2.	Karakteristik Responden .....	51
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	53
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	55
4.3.	Hasil Analisis Data .....	56
4.3.1.	Deskripsi Data .....	56
4.3.2.	Hasil Analisis Pengukuran Model ( <i>Outer Model</i> ) .....	58
4.3.3.	Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	65
4.3.4.	Hasil Analisis Pengujian Hipotesis.....	68
4.4.	Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	69
4.4.1.	Pengaruh Easy Of Use Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Shopee (H1) .....	69
4.4.2.	Pengaruh <i>Sales Promotion</i> Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Shopee (H2) .....	70
4.4.3.	Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Shopee (H3) .....	71
4.5.	Implikasi Manajerial.....	72
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>74</b>
5.1.	Kesimpulan.....	74
5.2.	Saran.....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>	
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>80</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	37
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	38
Tabel 3.3 Bobot Penilaian Skala Likert .....	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran .....	55
Tabel 4.5 Statistik Deskripsi – Analisis Indikator.....	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Convergent Validity Outer Loading.....	60
Tabel 4.7 Hasil Cross Loading.....	62
Tabel 4.8 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	63
Tabel 4.9 Hasil Composite Reliability .....	64
Tabel 4.10 Hasil Cronbach’s Alpha.....	64
Tabel 4.11 Hasil R - Square .....	66
Tabel 4.12 Hasil Q - Square .....	67
Tabel 4.13 Hasil F - Square.....	67
Tabel 4.14 Hasil Path Coefficient .....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023.....	2
Gambar 1.2 Top Brand Index 2023 (Situs Jual Beli Online).....	2
Gambar 1.3 Keunggulan Shopee Live .....	3
Gambar 1.4 Fitur Live Streaming Paling Sering Digunakan .....	4
Gambar 1.5 Pangsa Pasar Jumlah dan Pangsa Pasar Nilai Shopee Live .....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	33
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	35
Gambar 4.1 Logo Shopee dan Fitur Shopee Live.....	51
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	53
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Gambar 4.5 Diagram Responden Berdasarkan Pengeluaran .....	55
Gambar 4.6 Outer Model Penelitian .....	59
Gambar 4.7 Inner Model Penelitian.....	6

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Turnitin .....	81
Lampiran 2 Uji Referensi .....	82
Lampiran 3 Kuesioner .....	104
Lampiran 4 Data Responden .....	105
Lampiran 5 Data Pertanyaan .....	106
Lampiran 6 Data Tabulasi Responden .....	110
Lampiran 7 Hasil Analisis Smart Pls .....	125
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup .....	131

***The Effect Easy Of Use, Sales Promotion, And Trust On Repurchase Intention  
On Shopee Live Streaming***

Trisabela Aryanti 1)  
Syahrul Alim 2)

**Abstract**

*This study aims to determine the effect of Easy of Use, Sales Promotion and Trust on Repurchase Intention in Shopee Live Streaming. The population in this study were all shopee application users who made repeat purchases on Shopee Live Streaming. Then the sample used was 100 respondents. The sampling method used in this study is non probability sampling using purposive sampling technique. The data that has been obtained is then analyzed quantitatively using SmartPLS ver. 4.0. The results of the research conducted show that Easy of Use has a positive and significant effect on Repurchase Interest, Sales Promotion has a positive and significant effect on Repurchase Interest, Trust has a positive and significant effect on Repurchase Intention in Shopee Live Streaming.*

*Keywords : Easy of Use, Sales Promotion, Trust, Repurchase Intention.*

# **PENGARUH EASY OF USE, SALES PROMOTION, DAN TRUST TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA LIVE STREAMING SHOPEE**

Trisabela Aryanti 1)  
Syahrul Alim 2)

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Easy of Use*, *Sales Promotion* dan *Trust* terhadap Minat Beli Ulang pada Live Streaming Shopee. Populasi Dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi shopee yang melakukan pembelian ulang pada Live Streaming Shopee. Kemudian sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu non probability sampling dengan menggunakan teknik purposive sampling. Data yang sudah didapatkan kemudian dianalisis secara kuantitatif menggunakan Software SmartPLS ver. 4.0. Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa *Easy of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang, *Sales Promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang, *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada Live Streaming Shopee.

Kata Kunci: *Easy of Use*, *Sales Promotion*, *Trust*, Minat Beli Ulang.