

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* (STUDI PADA
KONSUMEN E-COMMERCE BLIBLI)**



SKRIPSI

Gracella Caroline Wangsaputri

00000068188

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* (STUDI KONSUMEN
E-COMMERCE BLIBLI)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Gracella Caroline Wangsaputri

00000068188

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Gracella Caroline Wangsaputri
NIM : 00000068188
Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:

**"PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* (STUDI PADA KONSUMEN
E-COMMERCE BLIBLI)"**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 9 Desember 2025


(Gracella Caroline)

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**“PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* (STUDI PADA KONSUMEN
E-COMMERCE BLIBLI)”**

Oleh

Nama : Gracella Caroline Wangsaputri
NIM : 00000068188
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 9 Desember 2025

Pembimbing


Dr. Rajesh Pratyapal Singh, S.S., M.M.,
NIDN : 0430107605

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.M., C.B.O
NIDN : 0323047801

**HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN
ARTIFISIAL (AI)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Gracella Caroline
NIM : 00000068188
Program Studi : Manajemen
Judul Laporan : **"PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* (STUDI PADA
KONSUMEN *E-COMMERCE* BLIBLI)"**

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Laporan/Project/Tugas Akhir*(pilih salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☒ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi

(3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 9 Desember 2025



(Gracella Caroline)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI dengan judul

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* (STUDI PADA KONSUMEN *E-COMMERCE* BLIBLI)

Oleh

Nama : Gracella Caroline Wangsaputri
NIM : 00000068188
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

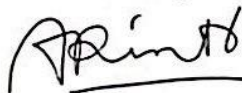
Telah diujikan pada hari Senin, 15 Desember 2025

Pukul 14.00 s.d 15.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Bobby Arinto, S.E., M.M.
NIDN : 0310129203

Pembimbing


Dr. Rajesh Pratyap Singh, S.S., M.M
NIDN : 0430107605

Penguji


Dr. Hendro Budiyanto, S.Pd., M.M., CHRA
NIDN : 0315107502

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.M., C.B.O
NIDN : 0323047801

vi

Pengaruh *E-Service Quality*..., Gracella Caroline, Universitas Multimedia Nusantara

vi

Pengaruh *E-Service Quality*..., Gracella Caroline, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gracella Caroline Wangsaputri
NIM : 00000068188
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : PENGARUH E-SERVICE QUALITY
TERHADAP REPURCHASE INTENTION (STUDI PADA KONSUMEN
E-COMMERCE BLIBLI)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ✓ Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- o Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*).

Tangerang, 9 Desember 2025
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

(Gracella Caroline)

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul :

**“PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* (STUDI PADA KONSUMEN
E-COMMERCE BLIBLI)”**

Yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ir. Andrey Andoko, M. Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Prio Utomo, S.T., M.P.C, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara
3. Purnamaningsih, S.E, M.M., C.B.O, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Rajesh Prettypal Singh, S.S., M.M, sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, baik sebagai sumber informasi dan sebagai sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 9 Desember 2025


(Gracella Caroline)

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* (STUDI PADA KONSUMEN E-COMMERCE BLIBLI)

(Gracella Caroline)

ABSTRAK

Pertumbuhan e-commerce di Indonesia yang terus meningkat menciptakan persaingan yang semakin kompetitif, sehingga perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembelian ulang (*repurchase intention*) untuk mempertahankan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *customer service*, *fulfilment*, *platform design*, *security/privacy*, dan *trust* terhadap *repurchase intention* pada pengguna platform E-Commerce Blibli. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research* melalui penyebaran kuesioner online kepada 135 responden yang merupakan pengguna aktif Blibli di Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode *purposive sampling*. Data penelitian dianalisis menggunakan software SPSS versi 20 dengan teknik regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer service* dan *trust* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention* pengguna Blibli, sedangkan *fulfilment*, *platform design*, serta *security/privacy* tidak menunjukkan pengaruh signifikan dan cenderung negatif. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan menjadi faktor utama yang mendorong niat pembelian ulang, sementara aspek pemenuhan pesanan, desain platform, dan keamanan masih memerlukan evaluasi lebih lanjut.

Kata kunci: *customer service*, *fulfilment*, *platform design*, *security/privacy*, *trust*, *niat pembelian ulang*, *e-commerce Blibli*

THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY ON REPURCHASE INTENTION (A STUDY ON E-COMMERCE BLIBLI)

(Gracella Caroline)

ABSTRACT (English)

The rapid growth of e-commerce in Indonesia has intensified competition, requiring companies to understand the factors that influence consumers' repurchase intention in order to retain customers. This study aims to analyze the effects of *customer service*, *fulfilment*, *platform design*, *security/privacy*, and *trust* on *repurchase intention* among users of the Blibli e-commerce platform. A quantitative research method with an explanatory approach was employed, and data were collected through an online questionnaire distributed to 135 respondents who are active Blibli users in Indonesia. The sampling technique used was *non-probability* sampling with a *purposive sampling* approach. The collected data were analyzed using SPSS version 20 with multiple linear regression analysis. The results indicate that *customer service* and *trust* have a positive and significant influence on repurchase intention, whereas *fulfilment*, *platform design*, and *security/privacy* exhibit negative and insignificant effects. These findings highlight that service quality and consumer trust play a crucial role in encouraging repurchase intention, while fulfilment processes, *platform design*, and *privacy/security* aspects require further improvement to enhance user experience.

Keywords: *customer service, fulfilment, platform design, security/privacy, trust, repurchase intention, e-commerce Blibli*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN (AI)	iv
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	25
1.3 Tujuan Penelitian	26
1.4 Manfaat Penelitian	26
1.4.1 Manfaat Teoritis	26
1.4.2 Manfaat Praktis	27
1.5 Batasan Penelitian	27
1.5.1 Kriteria Responden	28
1.5.2 Objek Penelitian	28
1.5.3 Data Penelitian	28
1.6 Sistematika Penulisan	28
BAB II LANDASAN TEORI	30
2.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i>	30
2.1.1 <i>Customer Service</i>	31
2.1.2 <i>Fulfilment</i>	33
2.1.3 <i>Platform Design</i>	34
2.1.4 <i>Security/Privacy</i>	35
2.1.5 <i>Trust</i>	37

2.1.6	<i>Repurchase Intention</i>	38
2.2	Model Penelitian.....	39
2.3	Hipotesis	40
2.3.1	Hubungan <i>Customer Service</i> terhadap <i>Customer Repurchase Intention</i>	40
2.3.2	Pengaruh <i>Fulfilment</i> terhadap <i>Customer Repurchase Intention</i>	42
2.3.3	Pengaruh <i>Platform Design</i> terhadap <i>Customer Repurchase Intention</i> 43	
2.3.4	Pengaruh <i>Security/Privacy</i> terhadap <i>Customer Repurchase Intention</i> 44	
2.3.5	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Repurchase Intention</i>	45
2.4	Penelitian Terdahulu.....	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		52
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	52
3.1.1	Profil Bibli	52
3.2	Desain Penelitian	53
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	54
3.3.1	Populasi	54
3.3.2	Sampel.....	54
3.3.3	Sampling Frame	54
3.4	Teknik Pengumpulan Data	55
3.4.1	Menentukan Sample Size.....	57
3.4.2	Metode Pengumpulan Data	58
3.5	Operasionalisasi Variabel	59
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....		63
3.6	Teknik Analisis Data	63
3.6.1	Uji Validitas	63
3.6.2	Uji Reliabilitas	64
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	64
3.6.4	Uji Model	66
3.6.4.1	<i>Koefisien Determinasi (R²)</i>	66
3.6.5	Uji Hipotesis	66
3.6.6	Interpretasi Analisis	68

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	69
4.2 Deskripsi Profil Responden	69
4.2.1 Profil Responden Gender	69
4.2.2 Profiling Responden Usia	70
4.2.3 Profiling Responden Pekerjaan	71
4.2.4 Profiling Responden Berdasarkan Pendapatan	72
4.2.5 Profiling Responden Berdasarkan Penggunaan Marketplace	73
4.2.6 Profiling Responden Berdasarkan E-Commerce Yang Sering Digunakan	74
4.2.7 Profiling Responden Berdasarkan Penggunaan Blibli	75
4.2.8 Profiling Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Blibli	76
4.3 Analisis Statistik	77
4.3.1 <i>Customer Service</i>	78
4.3.2 <i>Fulfilment</i>	80
4.3.3 <i>Platform Design</i>	81
4.3.4 <i>Security/Privacy</i>	83
4.3.5 <i>Trust</i>	84
4.3.6 <i>Repurchase Intention</i>	86
4.4 Uji Instrumen	87
4.4.1 Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	87
4.4.2 Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	90
4.4.3 Uji Validitas <i>Main-Test</i>	92
4.4.4 Uji Reliabilitas <i>Main-Test</i>	94
4.5 Uji Asumsi Klasik	96
4.5.1 Uji Normalitas	96
4.5.2 Uji Multikolinieritas	98
4.5.3 Uji Heteroskedasitas	99
4.6 Uji Model	100
4.6.1 Koefisien Determinasi (R^2)	100
4.7 Uji Hipotesis	101
4.7.1 Uji Signifikan Simultan (Statistik-F)	101

4.7.2	Uji Signifikan Parameter Individual (Statistik t).....	102
4.7.3	Uji Regresi Linier Berganda	104
4.8	Interpretasi Hasil	107
4.8.1	Pengaruh Customer Service terhadap Repurchase Intention Blibli 107	
4.8.2	Pengaruh <i>Fulfilment</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> Blibli.....	109
4.8.4	Pengaruh <i>Security/Privacy</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> Blibli..	112
4.8.5	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> Blibli	114
4.9	Implikasi Manajerial.....	116
4.9.1	Upaya dalam meningkatkan <i>Customer Service</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> Blibli	116
4.9.2	Upaya dalam meningkatkan <i>Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> Blibli.....	118
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		120
5.1	Simpulan.....	120
5.2	Saran	123
5.2.1	Saran Untuk Perusahaan	123
5.2.2	Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	125
DAFTAR PUSTAKA		127
LAMPIRAN.....		131



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	46
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	59
Tabel 3. 2 Uji Validitas.....	63
Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas	64
Tabel 4. 1 Tabel Kriteria Interval Kelas.....	78
Tabel 4. 2 Penelitian Responden Terhadap Customer Service	79
Tabel 4. 3 Penelitian Responden Terhadap Fulfilment.....	80
Tabel 4. 4 Penelitian Responden Terhadap Platform Design	82
Tabel 4. 5 Penelitian Responden Terhadap Security/Privacy	83
Tabel 4. 6 Penelitian Responden Terhadap Trust	85
Tabel 4. 7 Penelitian Responden Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	86
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	88
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test	90
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Main-Test	92
Tabel 4. 11 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	97
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolonieritas	98
Tabel 4. 13 Uji Koefisien Determinasi Model Variabel Customer Service, Fulfilment, Platform Design, Security/Privacy, Trust Terhadap Repurchase Intention	100
Tabel 4. 14 Uji Signifikan Simultan	101
Tabel 4. 15 Uji Signifikansi Parameter Individual Variabel Customer Service, Fulfilment, Platform Design, Security/Privacy, Trust Terhadap Repurchase Intention	102
Tabel 4. 16 Uji Regresi Linier Berganda	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penggunaan Internet di Indonesia per 2018 – 2024.....	1
Gambar 1. 2 Negara Dengan Proyeksi Pertumbuhan Ecommerce 2024	3
Gambar 1. 3 Data Penggunaan E-Commerce di Indonesia per 2017 - 2025	4
Gambar 1. 4 Data Pengunjung E-Commerce di Indonesia 2022	5
Gambar 1. 5 Data Pengunjung E-Commerce di Indonesia 2023	7
Gambar 1. 6 Data E-Commerce/Toko Online yang Sering Diakses Masyarakat Indonesia (2025).....	8
Gambar 1. 7 Data Jumlah Pengunjung Marketplace Blibli (2020-2025)	9
Gambar 1. 8 Data Persaingan Layanan Pengiriman E-Commerce 2022	10
Gambar 1. 9 E-Commerce Dengan Nilai Transaksi Tertinggi.....	11
Gambar 1. 10 Data Survey E-Commerce Indonesia	13
Gambar 1. 11 Keluhan Pengguna	15
Gambar 1. 12 Keluhan Pengguna	16
Gambar 1. 13 Informasi Produk Tidak Dipercaya Dengan Asli.....	16
Gambar 1. 14 Kendala Belanja Online Setelah Transaksi	17
Gambar 1. 15 Keluhan Pengguna Blibli	18
Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	39
Gambar 3. 1 Logo Blibli.....	52
Gambar 4. 1 Profil Responden Gender.....	69
Gambar 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	70
Gambar 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Gambar 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	72
Gambar 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pembelian Produk Di Marketplace. 73	
Gambar 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Platform E-Commerce Yang Sering Digunakan	74
Gambar 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Pengguna Blibli	75
Gambar 4. 8 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi/Lama Pengguna Blibli ...	76
Gambar 4. 9 Histogram & P Plot	97
Gambar 4. 10 Scatterplot.....	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lapiran A Jurnal Utama	131
Lapiran B Hasil Uji Pre-Test.....	152
Lapiran C Hasil Uji Main-Test	158
Lapiran D Kuesioner	166
Lapiran E Data Responden.....	180
Lapiran F FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI PRODI MANAJEMEN	196
Lapiran G Hasil Turnitin.....	197

