

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP  
*REPURCHASE INTENTION* DENGAN *FLOW* SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Pengguna Shopee di Kota Semarang)**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat S1**

**Program Studi Manajemen**



**Disusun Oleh :**

**Sita Miftaqlkismay**

**30401612327**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEMARANG  
2020**

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP  
*REPURCHASE INTENTION* DENGAN *FLOW* SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Pengguna Shopee di Kota Semarang)**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat S1**

**Program Studi Manajemen**



**Disusun Oleh :**

**Sita Miftaqlkismay**

**30401612327**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEMARANG  
2020**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP  
*REPURCHASE INTENTION* DENGAN *FLOW* SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Pada Pengguna Shopee di Kota Semarang)**

**Disusun Oleh:**

**Sita Miftaqlkismay**

**30401612327**

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya  
dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 3 Februari 2020

Dosen Pembimbing,



**Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., MM**

**NIK. 210416055**

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *FLOW* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Pengguna Shopee di Kota Semarang)**

**Disusun Oleh :**

**Sita Miftaqlkismay  
30401612327**

Telah dipertahankan di depan penguji  
Pada Tanggal, 14 Februari 2020

**Susunan Dewan Penguji**

**Pembimbing**



Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M  
NIK. 210416055

**Penguji I**



Ken Sudarti, S.E., M.Si  
NIDN. 0608036701

**Penguji II**



Dra. Hj. Sri Ayuni, M.Si  
NIDN. 0009105501

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen Tanggal, 21 Februari 2020

**Ketua Program Studi Manajemen**



Dr. H. Ardian Adimatma, S.E., M.M  
NIK.210499042

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Sita Miftaqlkismay**  
NIM : **30401612327**  
Jurusan : **Manajemen**  
Fakultas : **Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *FLOW* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Pengguna Shopee di Kota Semarang)” dan diajukan untuk diuji Februari 2020 adalah hasil karya saya.**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dengan sesungguhnya dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan dari orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat ataupun pemikiran dari penulis lain, yang seolah-olah saya akui sebagai tulisan saya sendiri, dan atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan tulisan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik skripsi yang telah saya ajukan apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah-oleh tulisan dari saya sendiri. Saya bersedia bila gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas dibatalkan.

Semarang, 3 Februari 2020

Yang membuat Pernyataan



**Sita Miftaqlkismay**  
NIM. 30401612327

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

*“Selalu ada yang pertama kali dalam hidup  
Terus berusaha sebaik mungkin diawali dengan Bismillah  
Karena sesungguhnya segala sesuatunya atas kuasa Allah SWT”*

*(Sita Miftaqlkismay)*

**Skripsi ini saya persembahkan untuk:**

- Allah SWT sebagai rasa syukur saya atas limpahan rahmat dan karunia-Nya.
- Kedua orang tua dan kedua adik saya yang tiada henti memberikan dukungan, kasih sayang, serta doa untuk saya.
- Sahabat – sahabat yang selalu membantu dan memberikan semangatnya disetiap langkah saya.

## INTISARI

Kini telah banyak terdapat layanan belanja berbasis internet atau dapat disebut dengan *e-commerce*. Terdapat tiga *e-commerce* peringkat teratas yang sangat bersaing di Indonesia pada tahun 2019, salah satunya adalah Shopee. Menurut data yang dikeluarkan iPrice pada kuartal I tahun 2019, Shopee merupakan perusahaan *e-commerce* peringkat pertama yang populer dikalangan pengguna Android dan iOS. Namun, layanan belanja online ini menempati peringkat tiga untuk banyaknya pengguna aktif bulanan mereka.

Prediksi penerimaan individu terhadap suatu teknologi seperti *e-commerce*, dapat dijelaskan melalui teori yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM). Penerimaan individu terhadap suatu teknologi didukung oleh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Kumar & Mukherjee, 2013) persepsi kebermanfaatan lebih memiliki pengaruh positif terhadap sikap kognitif terhadap niat pembelian seseorang jika dibandingkan dengan persepsi kemudahan penggunaan. Juga banyak penelitian terdahulu yang lebih mengkaji pengaruh persepsi kebermanfaatan terhadap niat seseorang. Maka dari itu penelitian ini akan berfokus pada anteseden persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*).

Kajian persepsi kebermanfaatan memiliki keterkaitan dengan niat pembelian kembali. Beberapa hasil penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa persepsi kebermanfaatan pengguna teknologi atau sistem yang baik dapat meningkatkan niat pembelian kembali pengguna tersebut (Kahar et al., 2019; Li, 2016; Pratiwi, 2019).

Namun berbeda pada penelitian (Sullivan & Kim, 2018) yang menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan suatu teknologi atau sistem tidak berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian kembali. Pada penelitian yang telah dilakukan (Oroh & Rumokoy, 2015) juga menemukan bahwa persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian kembali. Dalam ruang lingkup teknologi atau sistem, terdapat konsep yang mana dapat memberikan wawasan lebih mendalam mengenai penggunaannya, yaitu konsep *flow*. Dalam konteks *mobile shopping*, masih jarang memasukkan *flow* kedalam penelitian (Chen et al., 2017).

Berdasarkan fenomena dan *research gap* diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Bagaimana meningkatkan *repurchase intention* layanan belanja online Shopee berbasis pada *perceived usefulness*?”. Maka tujuan penelitian ini adalah membangun model teoritikal untuk mengatasi kesenjangan hasil penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *perceived usefulness* terhadap *repurchase intention*.

Kajian pustaka menghasilkan 3 hipotesis. Pertama, terdapat pengaruh *perceived usefulness* terhadap *flow*, yang mana dalam hal ini *flow* dibagi menjadi tiga dimensi yaitu *concentration*, *control*, dan *enjoyment*. Kedua, terdapat pengaruh dari ketiga dimensi *flow* diantaranya yaitu *concentration*, *control*, dan *enjoyment* terhadap *repurchase intention*. Ketiga, terdapat pengaruh *perceived usefulness* terhadap *repurchase intention*.

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna layanan belanja Shopee di Kota Semarang. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 153 responden, metode

pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Teknik analisis penelitian menggunakan Analisis Regresi dengan program SPSS versi 26.

Berdasarkan pengujian hipotesis penelitian ini dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* benar-benar mempengaruhi ketiga dimensi *flow* dalam meningkatkan *repurchase intention* pada layanan belanja online Shopee di Kota Semarang. Kemudian hasil uji Sobel menunjukkan bahwa *flow* dengan ketiga dimensi yang digunakan dalam penelitian ini benar-benar memediasi *perceived usefulness* terhadap *repurchase intention* pada layanan belanja online Shopee di Kota Semarang. Dengan demikian ketiga dimensi *flow* dapat menjadi solusi untuk mengatasi kesenjangan penelitian dalam hubungannya dengan *perceived usefulness* dan *repurchase intention*.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Segala puji serta syukur bagi Allah SWT atas segala limpahan taufiq, hidayah, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *FLOW* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Pengguna Shopee di Kota Semarang)”. Skripsi ini disusun untuk salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana (S1) di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang.

Dalam menyusun penelitian ini penulis tidak lepas dari dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Dr. Lutfi Nurcholiz, S.T., S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar membimbing, mengarahkan, memberikan motivasi dan meluangkan waktu kepada penulis sehingga penelitian skripsi ini dapat tersusun dengan baik.
3. Dr. Hendar, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang sekaligus dosen yang mengarahkan, membimbing, dan memberi motivasi kepada penulis sehingga penelitian skripsi ini dapat tersusun.
4. Orang tua penulis, Bapak Sugiyarto dan Ibu Siti Aisyah; dua adik penulis, Didid Bayu Farizqi dan Nafil Rizqi; serta keluarga besar yang selalu memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang yang berlimpah kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian skripsi serta dapat menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan segenap ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada penulis.
6. Sahabat dekat Saskia Liya Mir'atul Iffa, Yuli Nurhasanah, Talitha Nur Alifah, Fenny Dwi Amalia Putri, Amalia Dwi Nur Cahyani, Talyta Krisna Virgi Mentari yang telah banyak memberikan dukungan semangat, doa, motivasi, maupun saran kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
7. Teman dan sahabat KSEI HIMMAH FE UNISSULA serta BPH periode 2018/2019 (Mas Shobirin, Farha, Iskom, Ispuj, Maulina, Mila, Aisyah).
8. Teman dan sahabat kelas EC Manajemen angkatan 2016 serta manajemen angkatan 2016 Unissula terutama KURO Family (Sinta, Tania, Winda, Ela, Intan, Riki, Taufiq, Yugo, Satria, Caknoor, Ridwan, Ilyasa, Radit) yang telah berkenan berbagi pengalaman yang tidak terlupakan.

Penulis menyadari penelitian skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna dan masih banyak memiliki kekurangan baik mengenai materi maupun tata cara penulisan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa diharapkan agar dapat dijadikan perbaikan dan kesempurnaan penelitian skripsi ini di masa mendatang. Seperti adanya penelitian skripsi ini, dengan kerendahan hati penulis berharap dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun bagi pembaca pada umumnya.

Semarang, 3 Februari 2020

Penulis,



Sita Miftaqlkismay