

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN PENGALAMAN  
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PRODUK  
ANTARESTAR DI *MARKETPLACE SHOPEE***

**SKRIPSI**

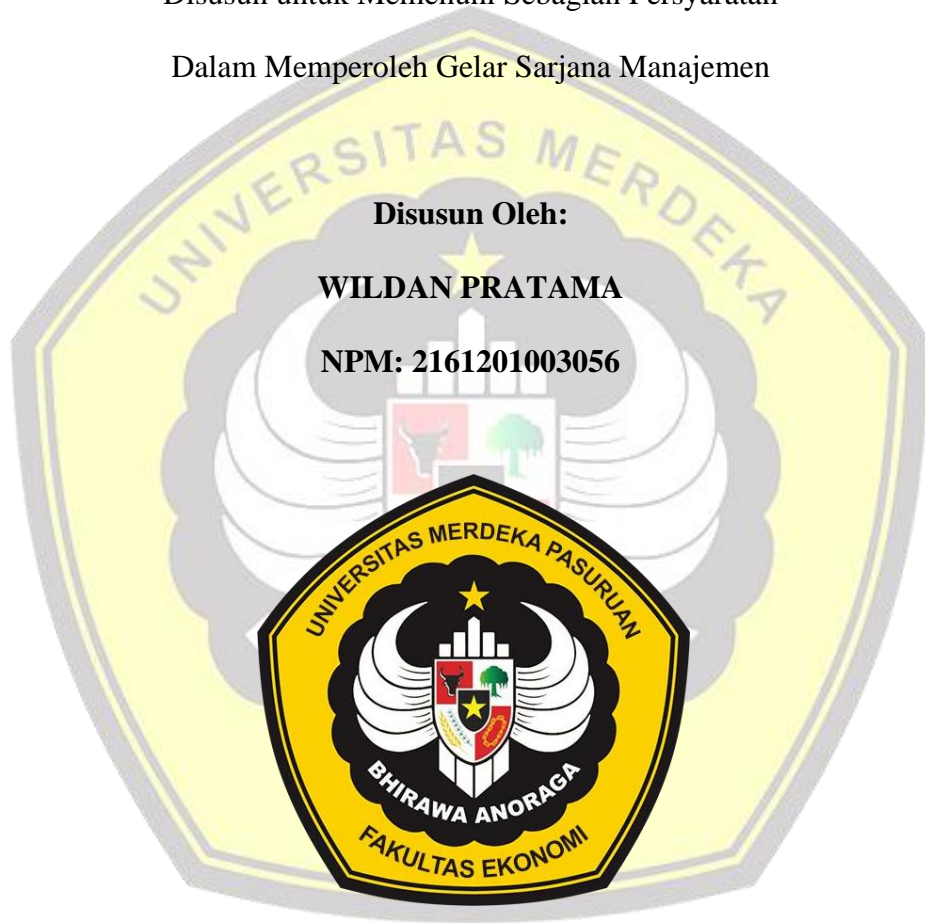
Disusun untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

**Disusun Oleh:**

**WILDAN PRATAMA**

**NPM: 2161201003056**



**UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2025**

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Wildan Pratama  
Nomor Pokok Mahasiswa : 2161201003056  
Universitas : Merdeka Pasuruan  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan  
Pengalaman Konsumen Terhadap  
Minat Beli Ulang Pada Produk  
Antarstar di *Marketplace Shopee*

Pasuruan, 3 Februari 2025

Disetujui dan Diterima

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

  
(Nurul Akramiah, SE., MM)

  
(Dyajeng Puteri Woro Subagio S.E., M.M)

Dekan

  
(Dra. Agnes Ratna Pudyarningsih, MM)

## HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, pada tanggal 3 Februari 2025

### TIM PENGUJI

- |   |                    |
|---|--------------------|
| 1. Yufenti Oktifiah, S.E., M.S.A.         | 1. Ketua.....      |
| 2. Nurul Akramiah, SE., MM                | 2. Sekretaris..... |
| 3. Dyajeng Puteri Woro Subagio, S.E., M.M | 3. Anggota.....    |

Mengesahkan  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Merdeka Pasuruan

Dekan

  
**Dra. Agnes Ratna Pudyaningsih, MM**

## SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

(ORISINALITAS)

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wildan Pratama

NPM : 2161201003056

Alamat Rumah : RT 005 / RW 004, Dusun Krajan, Desa Tambakrejo, Kec.  
Kraton, Kab. Pasuruan, Jawa Timur (67151)

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul:

**”Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Pengalaman Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Antarestar di *Marketplace Shopee*”** Adalah hasil kerja tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah Orang lain baik berupa Artikel, Thesis ataupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang kami tulis adalah hasil Plagiat maka kami bersedia menerima sanksi.

Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.

Pasuruan, 3 Februari 2024

Yang Membuat



Wildan Pratama



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Wildan Pratama

Nomor Pokok Mahasiswa : 2161201003056

Universitas : Merdeka Pasuruan

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat dan Tgl. Lahir : Pasuruan, 12 Oktober 2002

Alamat : RT 005 / RW 004, Dusun Krajan,  
Desa Tambakrejo, Kec. Kraton,  
Kab.Pasuruan, Jawa Timur (67151)

Nama Orang Tua (Ayah) : Yahya  
(Ibu) : Wiwik Astutik

Riwayat Pendidikan

1. TK Aisyiyah Bustanul Athfal (2007-2008)
2. SDN Tambakrejo (2008-2014)
3. SMPN 1 Kraton (2014-2017)
4. SMK Ahmad Yani Bangil (2017-2020)
5. Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Universitas  
Merdeka Pasuruan (2021-2025)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi, Universitas Merdeka Pasuruan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan motivasi. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat, kekuatan, dan hikmah yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga tercinta, yaitu Ayah (Yahya) dan Ibu (Wiwik Astuttik) yang selalu memberikan dukungan moral, materi, do'a, dan kasih sayang tanpa batas.
3. Dr. Ir. Sulistyawati, M.P. Rektor Universitas Merdeka Pasuruan yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di Universitas Merdeka Pasuruan.
4. Dekan Fakultas Ekonomi, Dra. Agnes Ratna Pudyaningsih, MM, beserta seluruh jajaran pimpinan fakultas yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi.
5. Dosen Pembimbing 1 (Nurul Akramiah, SE., MM) dan Dosen Pembimbing 2 (Dyajeng Puteri Woro Subagio S.E., M.M), yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dengan sabar dan penuh dedikasi. Tanpa bimbingan beliau, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik.

6. Sahabat terbaik yakni Tegar Wahyu Wicaksono yang selalu membantu saya dan memberikan tawa dalam setiap langkah perjalanan penulis. Sekaligus keempat sahabat saya yang berada di kampus yakni M. Restu Andika, M. Rizky Yulianto, M. Alfian Razaq yang memberikan semangat, motivasi, serta candaan yang selalu menghibur penulis. Terutama kepada Sufi Alfarisy, yang selalu mengajak *refreshing* dan mentraktir penulis kesuatu tempat dikala waktu gajian meskipun kecil-kecilan, serta terimakasih atas ilmu baru yang selalu diajarkan kepada penulis.
7. Teman-teman terdekat, baik di dalam maupun di luar kampus, yang telah menemani dan mendukung penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Semoga kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Tuhan Yang Maha Esa.

Pasuruan, Januari 2025

Wildan Pratama

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Kegunaan Penelitian.....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>13</b>
A. Teori yang Melandasi Permasalahan.....	13
1. Minat Beli Ulang (Y).....	13
2. Kepercayaan Konsumen (X1).....	17
3. Pengalaman Konsumen (X2).....	22
B. Penelitian Terdahulu .....	25
C. Hubungan Antara Variabel Bebas dengan Variabel Terikat .....	31



D. Kerangka Konseptual .....	33
E. Hipotesis.....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
A. Definisi Operasional Variabel .....	36
1. Variabel Terikat ( <i>Dependent Variable</i> ) .....	36
2. Variabel Bebas ( <i>Independent Variable</i> ) .....	38
B. Ruang Lingkup Penelitian .....	41
C. Lokasi Penelitian.....	41
D. Populasi dan Sampel.....	41
E. Jenis dan Sumber Data.....	43
F. Teknik Pengumpulan Data.....	44
G. Teknik Pengolahan Data.....	46
H. Teknik Analisis Data .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>58</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
B. Hasil Penelitian.....	62
1. Uji Instrumen Penelitian .....	62
2. Analisis Deskriptif .....	65
3. Analisis Deskriptif Jawaban Responden .....	71
4. Uji Asumsi Klasik .....	89
5. Analisis Regresi Linear Berganda .....	97
6. Uji Hipotesis .....	100
C. Pembahasan .....	104
1. Pengaruh X1 dan X2 Terhadap Y.....	104
2. Pengaruh X1 Terhadap Y .....	106

3. Pengaruh X2 Terhadap Y .....	108
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>112</b>
A. Kesimpulan.....	112
B. Saran .....	113

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Rekomendasi <i>Brand Outdoor</i> Lokal.....	3
Tabel 2	Penjabaran Gambar 1.....	5
Tabel 3	Matrik Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 4	Nilai Interval.....	49
Tabel 5	Skala Likert.....	50
Tabel 6	Uji Validitas.....	63
Tabel 7	Ringkasan Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 8	Interval Kelas.....	72
Tabel 9	Deskriptif Jawaban X1.....	73
Tabel 10	Deskriptif Jawaban X2.....	78
Tabel 11	Deskriptif Jawaban Y.....	84
Tabel 12	Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov - Smirnov</i> .....	90
Tabel 13	Hasil Uji Multikolinearitas.....	92
Tabel 14	Hasil Uji Linieritas.....	95
Tabel 15	Hasil Uji Autokorelasi.....	96
Tabel 16	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	98
Tabel 17	Keputusan Uji Simultan (Uji F).....	101
Tabel 18	Keputusan Uji Parsial (Uji t).....	102
Tabel 19	Hasil Koefisien Determinasi.....	103

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Perbandingan <i>Official Store</i> antar <i>Brand</i> .....	4
Gambar 2 Antarestar atau Carumby .....	6
Gambar 3 Minat Preferensial.....	7
Gambar 4 Kepercayaan Konsumen .....	8
Gambar 5 Pengalaman Konsumen.....	9
Gambar 6 Kerangka Konseptual.....	34
Gambar 7 <i>Gorpcore</i> Manusela .....	59
Gambar 8 <i>Gorpcore</i> Mandala .....	59
Gambar 9 <i>Hydropack</i> Oberon.....	60
Gambar 10 <i>Daypack</i> Cartenz.....	61
Gambar 11 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	66
Gambar 12 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Gambar 13 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	68
Gambar 14 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan .....	69
Gambar 15 Karakteristik Berdasarkan Penggunaan Produk .....	70
Gambar 16 <i>P-Plot of Refresion Standardised Residual</i> .....	91
Gambar 17 Grafik <i>Scatterplot</i> .....	94

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: JADWAL PENELITIAN

LAMPIRAN 2: KUISIONER

LAMPIRAN 3: TABULASI DATA SKOR JAWABAN RESPONDEN

LAMPIRAN 4: TABEL ANALISIS DESKRIPTIF

LAMPIRAN 5: HASIL UJI INSTRUMEN

LAMPIRAN 6: HASIL UJI HIPOTESIS

LAMPIRAN 7: TABEL STATISTIK





**Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Pengalaman Konsumen Terhadap  
Minat Beli Ulang Pada Produk Antarestar Di *Marketplace Shopee***

**Wildan Pratama<sup>1</sup>, Nurul Akramiah<sup>2</sup>, Dyajeng Puteri Woro Subagio<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

<sup>2 3</sup>Dosen Fakultas Ekonomi Unniversitas Merdeka Pasuruan

Email: [wpratama050@gmail.com](mailto:wpratama050@gmail.com)<sup>1</sup>, [nurul.aidan04@gmail.com](mailto:nurul.aidan04@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[dyajengsubagio@gmail.com](mailto:dyajengsubagio@gmail.com)<sup>3</sup>

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan konsumen dan pengalaman konsumen terhadap minat beli ulang pada produk Antarestar di *marketplace* Shopee. Kepercayaan konsumen dan pengalaman konsumen dianggap sebagai faktor kunci yang memengaruhi keputusan pembelian ulang dalam konteks *e-commerce*. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 60 responden yang pernah membeli produk Antarestar di Shopee. Analisis data dilakukan menggunakan teknik regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kepercayaan konsumen maupun pengalaman konsumen secara signifikan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang. Kepercayaan konsumen memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan pengalaman konsumen. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama memengaruhi minat beli ulang sebesar 87%, sedangkan sisanya 13% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pelaku bisnis untuk meningkatkan kepercayaan dan pengalaman konsumen guna mempertahankan loyalitas pelanggan dan mendorong pembelian ulang. Penelitian ini juga memberikan kontribusi teoritis dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat beli ulang dalam konteks *e-commerce*.

**Kata Kunci:** Kepercayaan Konsumen, Pengalaman Konsumen, Minat Beli Ulang, Antarestar, Shopee.

# **The Influence of Consumer Trust and Consumer Experience on Repurchase Interest in Antarestar Products on the Shopee Marketplace**

**Wildan Pratama<sup>1</sup>, Nurul Akramiah<sup>2</sup>, Dyajeng Puteri Woro Subagio<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Students of the Faculty of Economics, Merdeka University of Pasuruan

<sup>2</sup><sup>3</sup>Lecturer at the Faculty of Economics, Merdeka University of Pasuruan

Email: [wpratama050@gmail.com](mailto:wpratama050@gmail.com)<sup>1</sup>, [nurul.aidan04@gmail.com](mailto:nurul.aidan04@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[dyajengsubagio@gmail.com](mailto:dyajengsubagio@gmail.com)<sup>3</sup>

## **Abstract**

This study aims to analyze the influence of consumer trust and consumer experience on repurchase interest in Antarestar products on the Shopee marketplace. Consumer trust and consumer experience are considered to be key factors influencing repurchase decisions in the context of e-commerce. The research method used is quantitative with a survey approach. The data was collected through a questionnaire distributed to 60 respondents who had purchased Antarestar products on Shopee. Data analysis was carried out using multiple linear regression techniques with the help of SPSS software. The results of the study show that both consumer trust and consumer experience have a significant positive effect on repurchase interest. Consumer trust has a more dominant influence than consumer experience. The value of the determination coefficient ( $R^2$ ) shows that the two variables together affect repurchase interest by 87%, while the remaining 13% is influenced by other variables outside this study. These findings have practical implications for businesses to improve consumer trust and experience to maintain customer loyalty and encourage repeat purchases. This research also makes a theoretical contribution in understanding the factors that affect repurchase interest in the context of e-commerce.

**Keywords:** *Consumer Trust, Consumer Experience, Repurchase Interest, Antarestar, Shopee.*