PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA APLIKASI MATAHARI MALL.COM

(Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Mataharimall.com pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta)

AKBAR MAULANA
8223154792

Karya Ilmiah ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2018

THE PERCEIVED OF EASE ON REPURCHASE INTENTION OF APPLICATION MATAHARIMALL.COM (Study Society on User Application Mataharimall.com in Faculty of Economics State University of Jakarta)

AKBAR MAULANA
8223154792

The Scientific Paper Prepared To Meet One Degree Requirement Associate Expert Getting By Faculty of Economics, State University of Jakarta

MARKETING MANAGEMENT DIII
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2018

ABSTRAK

Akbar Maulana 2018, 8223154792, judul karya ilmiah "Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Beli Ulang Aplikasi Mataharimall.com (Studi Pada Pengguna Aplikasi Mataharimall.com di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta)". Program Studi DIII Manajmen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat beli ulang aplikasi mataharimall.com. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada 154 responden yang menggunakan aplikasi Mataharimall.com untuk berbelanja. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling.* Metode pengolahan data menggunakan metode Regresi Linier Sederhana. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat beli ulang. Hal ini ditunjukan dengan nilai *R Square* sebesar 0,022 (2,2%), sedangkan nilai sisanya 0,978 (97,8%) dipengaruhi oleh faktor lain. Dalam penelitian ini juga diketahui bahwa persepsi kemudahan memilki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan.

Kata kunci : Persepsi Kemudahan, Minat Beli Ulang, Analisis Regresi Linier Sederhana,

ABSTRACT

Akbar Maulana 2018, 8223154792, title of research "The Perceived Of Ease On Repurchase Intention Of Aplication Mataharimall.com (Study Society on User Application Mataharimall.com in Faculy of Economics State University Of Jakarta)".
DIII Marketing Study Program. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

This research is analyze the influence of perceived of ease on repurchase intention aplication mataharimall.com. The data which is used in this research is primary data. Collected from spreading one hundred fifty four questionnaires to user application mataharimall.com. This research use probability sampling and linier regression analysis in cultivating data. From the showing by value of R Square is 0,022 (2,2%), while 0,978 (97,8%) is influence by other factors. In this research, also known that perceived of ease have most positive and significant influence to repurchase intention.

Keyword : Perceived Ease, Repurchase Intention, Regression Analysis,

SURAT PERSETUJUAN SIDANG

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.unj.ac.id/fe

Building Future Leaders

ISO 9001:2008 CERTIFIED
CERTIFICATE NO: IAS/INA/3640

SURAT PERSETUJUAN SIDANG KI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Dosen Pembimbing

1. Nama : M. Edo Suryawan Siregar, SE., MBA
2. NIP : 19720125 200212 1002
3. Tanda tangan :

Memberikan Persetujuan kepada Mahasiswa dibawah ini :

1. Nama : Akbar. Maulana
2. No. Registrasi : 8223154792
3. Program Studi : D3 manajemen Pemasaran
4. Judul : Pengaruh Persepsi kemudahan terhadap minat beli ulang aplikasi mataharimall.com

Untuk Mengikuti/Tidak mengikuti* Sidang KI pada tanggal. Kamis, 9 Agustus 2018

Mengetahui
Koordinator Prodi D3 Manajemen Pemasaran FE UNJ

Dra. Sholikhah, MM
NIP. 19620623 199003 2 001

Jakarta, 01 Agustus 2018
Mahasiswa Ybs,

Akbar. Maulana
No.Reg : 8223154792

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi Uniersitas Negeri Jakarta

Dr. Dedi Purwana, E.S., M.Bus.

NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
Dra. Sholikhah, M.M NIP. 19620623 199003 2 001	.....	13-08-2018
Penguji Ahli		
Agung Kresnamurti Rivai P,MM NIP. 19740416 200604 1 001	.....	15-08-2018
Dosen Pembimbing		
M. Edo Suryawan. Siregar, S.E.,M.BA NIP. 19720125 200212 1 002	.....	13-08-2018

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya ilmiah ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 30 Juli 2017

Yang membuat pernyataan,

Akbar Maulana

No. Reg. 8223154792

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah S.W.T yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan karya ilmiah ini dengan judul **Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Beli Ulang Aplikasi Mataharimall.com (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Mataharimall.com Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta).**

Penyusunan karya ilmiah ini bertujuan untuk memenuhi syarat mencapai gelar Ahli Madya di Universitas Negeri Jakarta. Penulis sadar banyak hambatan yang menghadang dalam proses penyusunan karya ilmiah ini. Pada akhirnya karya ilmiah ini dapat terselesaikan karena beberapa pihak yang telah membantu dalam penulisan karya ilmiah. Kedua orang tua yang penulis cintai dan sayangi, serta dengan rasa terima kasih dan cintanya secara tulus telah mengurus, memberi semangat, membesarkan, mendidik, kasih sayang dan doa serta tiada hentinya kepada penulis sehingga bisa mencapai titik sekarang ini.

Oleh karena itu penulis sampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya, utamanya kepada:

1. M. Edo Suryawan Siregar, SE., MBA sebagai dosen pembimbing yang sudah meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
2. Dr. Dedi Purwana E. S., M.Bus Selaku Dekan Fkultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Sholikhah MM selaku Koordinator Program Studi D3 Manajemen Pemasaram, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

4. Seluruh Dosen Universitas Negeri Jakarta yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Grup Rajin Menabung selaku teman-teman Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta yang sudah meluangkan waktu untuk memberikan solusi dan bertukar pikiran selama penyusunan karya ilmiah ini.
6. Grup Thaichan Uhuy Ahay selaku teman dekat penulis yang bersedia mendengarkan keresahan penulis dan meluangkan banyak waktu untuk bercengkrama dan berkumpul bersama ditengan-tengah kesibukan selama menyusun karya ilmiah ini.

Karya ilmiah ini memang masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran masukan bahkan kritikan yang dapat menambahkan pengetahuan dari pihak-pihak yang terlibat. Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini dan besar harapan penulis, semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan pembaca.

Jakarta, 30 Juli 2018

Peneliti