

Hendras Annisa Sandri, 2021. **Pemodelan Niat Pembelian Kembali Pada Pelanggan *Marketplace* Berdasarkan Metode *Structural Equation Modeling* Dengan Pendekatan *Partial Least Square* (Studi Kasus di *Marketplace* Shopee).** Skripsi dibawah bimbingan Dr. Ardi Kurniawan, M.Si, dan Drs. H. Sediono, M.Si, Prodi S1-Statistika, Departemen Matematika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Airlangga, Surabaya.

---

---

## ABSTRAK

Seiring dengan berkembangnya zaman, dunia internet juga serta merta berkembang pesat. Lembaga survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) memaparkan jumlah pengguna internet di Indonesia periode tahun 2019-kuartal II tahun 2020 sebesar 73,7 persen. Hal tersebut menunjukkan masyarakat membutuhkan internet untuk kegiatan sehari-hari bahkan dalam berbelanja *online* di sebuah *marketplace*. *Marketplace* yang berkembang pesat di Indonesia tahun 2020 adalah Shopee, namun di awal tahun 2021 Tokopedia terpantau memiliki *traffic share* sebesar 32,04% yang membuat Shopee berada di urutan kedua dengan *traffic share* sebesar 29,78%. Semakin banyak jumlah pengguna tidak menjadikan pelanggan selalu percaya dan melakukan niat pembelian kembali pada sebuah *marketplace*. *Marketplace* Shopee dan penjual di *marketplace* Shopee harus mengetahui dan memahami cara menciptakannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan variabel manfaat yang dirasakan pelanggan berbasis mekanisme untuk membangun sebuah kepercayaan dalam *marketplace* terhadap niat pembelian kembali dengan pendekatan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Teknik pengambilan data menggunakan *purposive sampling* dan sampel yang digunakan dari 150 responden pelanggan *marketplace* Shopee di Surabaya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel mekanisme berbasis pihak ketiga dan mekanisme berbasis penjual berpengaruh terhadap kepercayaan pada *marketplace*. Variabel mekanisme berbasis penjual dan mekanisme berbasis pengalaman berpengaruh terhadap kepercayaan pada penjual. Variabel kepercayaan pada *marketplace* dan kepercayaan pada penjual berpengaruh terhadap niat pembelian kembali. Nilai keseluruhan model didapatkan dengan metode *Goodness of Fit Index* sebesar 0,8086 yang artinya jika nilai  $GoF \geq 0,36$  maka model memiliki kemampuan yang tinggi dalam menjelaskan data sehingga secara keseluruhan dapat dikatakan model yang terbentuk adalah valid.

**Kata Kunci** : *Marketplace*, Niat Pembelian Kembali, *Partial Least Square*, *Structural Equation Modeling*

Hendras Annisa Sandri, 2021. **Modeling of Repurchase Intention Customer Marketplace Based on the Method Structural Equation Modeling Using Partial Least Square Approach (Case Study at *Marketplace* Shopee)**. This final project is guided by Dr. Ardi Kurniawan, M.Si and Drs. H. Sediono, M.Si, S-1 Study Program of Statistics, Department of Mathematics, Faculty of Science and Technology, Airlangga University, Surabaya.

---

---

### ABSTRACT

Along with the development of the times, the world of the internet is also rapidly developing. The Indonesian Internet Service Providers Association (APJII) survey institute explained that the number of internet users in Indonesia for the 2019-second quarter of 2020 was 73,7 percent. This shows that people need the internet for daily activities and even shopping online at a marketplace. The marketplace that is growing rapidly in Indonesia in 2020 is Shopee, but in early 2021 Tokopedia was observed to have a traffic share of 32,04% which made Shopee in second place with a traffic share of 29,78%. The increasing number of users does not make customers always trust and make repurchase intentions in a marketplace. The marketplace Shopee and sellers need to know and understand how to create it. The purpose of this study was to determine the customer perceived benefit variables based on a mechanism to build trust in the marketplace towards repurchase intention using the approach Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS). The data used collection technique purposive sampling and the sample used was from 150 respondents of customers marketplace Shopee in Surabaya. The results of this study indicate that the variables of third-party-based mechanisms and seller-based mechanisms have an effect on trust in the marketplace. Seller-based mechanism variables and experience-based mechanisms have an effect on trust in the seller. The variables of trust in the marketplace and trust in seller affect repurchase intention. The model's overall value is obtained by the Goodness of Fit Index method of 0.8086, which means that if the GoF value is 0,36, the model has a high ability to explain the data so that overall it can be said that the model form is valid.

**Keywords :** *Marketplace, Repurchase Intention, Partial Least Square, Structural Equation Modeling*