

SKRIPSI
**PENGARUH *PERCEIVED BRAND LEADERSHIP* &
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT
PEMBELIAN KEMBALI DI TOKOPEDIA**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : ADITYA HARRITS FADILLA
NIM : 115160336

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA
2020

SKRIPSI
**PENGARUH *PERCEIVED BRAND LEADERSHIP* &
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT
PEMBELIAN KEMBALI DI TOKOPEDIA**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : ADITYA HARRITS FADILLA
NIM : 115160336

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA
2020

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Ardya Harris Fadilla
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115160336
Program Studi : SI Manajemen



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 9 Juli 2020



Ardya Harris Fadilla

Nama Lengkap Mahasiswa

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Aditya Harrits Fadilla

NIM : 115160336

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi

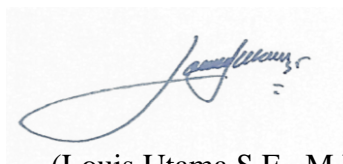
Pengaruh Perceived Brand Leadership & Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Kembali di Tokopedia

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 21 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Dr. Hetty Karunia T
2. Anggota : Louis Utama S.E., M.M
3. Anggota : Yenny Lego S.E., M.M

Jakarta, 27 Juli 2020

Pembimbing



(Louis Utama S.E., M.M)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI JAKARTA**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : ADITYA HARRITS FADILLA
NIM : 115160336
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PERCEIVED BRAND LEADERSHIP &
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT
PEMBELIAN KEMBALI DI TOKOPEDIA

Jakarta, 27 Juli 2020

Pembimbing,



(Louis Utama S.E., M.M)

ABSTRACT

**TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMY AND BUSINESS
JAKARTA**

- (A) ADITYA HARRITS FADILLA (115160336)
- (B) *INFLUENCE OF PERCEIVED BRAND LEADERSHIP AND CUSTOMER SATISFACTION INTO REPURCHASE INTENTION IN TOKOPEDIA*
- (C) xv +69 pages, 2020, 18 tables, 6 pictures, 6 attachment
- (D) MARKETING MANAGEMENT
- (E) ***Abstract:** The purpose of this study is to find out 1.) whether perceived brand leadership have influence into repurchasing intention in Tokopedia. 2.) whether customer satisfaction have influence into repurchasing intention in Tokopedia. The population in this study were consumer who have shopped by online in e-commerce. The sample used in this study was 30 respondents with age 20-40 yearsold who at least have shopped twice in Tokopedia in a month. The sampling technique used was nonprobability sample with purposive sampling sampling method. Overall the results of this study are 1.) Perceived Brand Leadership does not have influence in repurchasing intention in Tokopedia. 2.) Customer Satisfaction have influence in repurchasing intention in Tokopedia.*
- (F) *brand leadership, satisfaction, repurchase intention*
- (G) *References 50 (1976-2019)*
- (H) Louis Utama S.E., M.M

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

- (A) ADITYA HARRITS FADILLA (115160336)
- (B) PENGARUH PERCEIVED BRAND LEADERSHIP & KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT PEMBELIAN KEMBALI DI TOKOPEDIA
- (C) xvi +69 Halaman, 2020, 18 tabel, 6 gambar, 6 lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1.) apakah *Perceived Brand Leadership* memiliki pengaruh terhadap minat pembelian kembali di Tokopedia. 2.) apakah kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap minat pembelian kembali di Tokopedia. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja secara online di e-commerce. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu 30 orang berusia 20-40 tahun yang pernah melakukan pembelian minimal 2 kali dalam sebulan di Tokopedia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu non-probability sampling dengan metode pengambilan sampel purposive sampling. Secara keseluruhan hasil dari penelitian ini yaitu 1.) Tidak terdapat pengaruh *Perceived Brand Leadership* terhadap minat pembelian kembali di Tokopedia. 2.) Terdapat pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap minat pembelian kembali di Tokopedia
- (F) Brand leadership, kepuasan, pembelian kembali.
- (G) Daftar Acuan 50 acuan (1976-2019)
- (H) Louis Utama S.E., M.M