

**SKRIPSI**

**PENGARUH *SECURITY, TRUST, EASE OF USE, PRIVACY*  
*CONCERN* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*  
PENGGUNA SHOPEE DI JAKARTA BARAT DENGAN *E-  
SATISFACTION* SEBAGAI MEDIASI**



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara

**DIAJUKAN OLEH :**

**NAMA : OKTAVIA SUSANTI**

**NIM : 115150370**

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

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

**2019**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : OKTAVIA SUSANTI  
NO.MAHASISWA : 115150370  
PROGRAM/JURUSAN : S1 MANAJEMEN  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : *PENGARUH SECURITY, TRUST, EASE OF USE, PRIVACY CONCERN TERHADAP PENGGUNA SHOPEE DI JAKARTA BARAT DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI MEDIASI*

Jakarta, 25 Juni 2019

Pembimbing,



(Dr. Hetty Karunia Tunjung Sari, S.E., M.Si.)

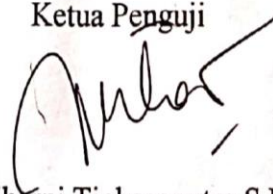
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI  
JAKARTA

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : OKTAVIA SUSANTI  
NO.MAHASISWA : 115150370  
PROGRAM/JURUSAN : S1 MANAJEMEN  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : *PENGARUH SECURITY, TRUST, EASE OF USE, PRIVACY CONCERN TERHADAP PENGGUNA SHOPEE DI JAKARTA BARAT DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI MEDIASI.*

Tanggal: 25 Juli 2019

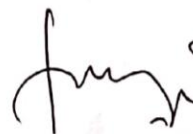
Ketua Penguji



(Dr. Miharni Tjokosaputro S.E., M.M.)

Tanggal: 25 Juli 2019

Anggota Penguji



(Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, S.E., M.Si.)

Tanggal: 25 Juli 2019

Anggota Penguji



(Herlina Budiono S.E., M.M.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI  
JAKARTA**

**ABSTRAK**

- (A) OKTAVIA SUSANTI
- (B) PENGARUH *SECURITY, TRUST, EASE OF USE, PRIVACY CONCERN* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PENGGUNA SHOPEE DI JAKARTA BARAT DENGAN *E-SATISFACTION* SEBAGAI MEDIASI.
- (C) x + 62 halaman, 2019, 26 tabel, 2 gambar, 4 lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel *security, trust, ease of use, dan privacy concern* terhadap variabel *repurchase intention* pengguna aplikasi Shopee di Jakarta Barat, dengan *e-satisfaction* sebagai variabel mediasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah sebesar 202 responden pengguna aplikasi Shopee di Jakarta Barat dan teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara tidak langsung dan melalui pembagian kuesioner secara *online*. Data diukur dengan menggunakan skala likert 6 tingkat (1-6). Analisis data menggunakan program *SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *security, trust, ease of use, dan privacy concern* merupakan prediktor yang positif bagi *repurchase intention*. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa secara tidak langsung, *e-satisfaction* memediasi hubungan antara *security, ease of use, dan privacy concern* terhadap *repurchase intention*, namun variabel *e-satisfaction* tidak dapat memediasi hubungan *trust* terhadap *repurchase intention*.
- (F) Daftar Pustaka 51 (1974-2018)
- (G) Dr. HETTY KARUNIA TUNJUNGSARI S.E., M.Si.

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

***ABSTRACT***

**(A)** OKTAVIA SUSANTI

**(B)** *THE INFLUENCES OF SECURITY, TRUST, EASE OF USE, PRIVACY CONCERN ON SHOPEE USER REPURCHASE INTENTION IN WEST JAKARTA WITH E-SATISFACTION AS MEDIATION.*

**(C)** x + 62 pages, 2019, 26 tables, 2 pictures, 4 attachments

**(D)** *MARKETING MANAGEMENT*

**(E)** *Abstract: The purpose of this study is to examine the effect of security, trust, ease of use, privacy concern on Shopee user repurchase intention in west Jakarta with e-satisfaction as a mediating variable. The sample used in the study was 202 respondents of Shopee application users in West Jakarta and the sampling technique used was convenience sampling. The method of data collection in this study was not carried out directly and through the distribution of online questionnaires. Data was measured using a 6 level Likert scale (1-6). Data analysis using SmartPLS 3.0 program. The results of this study indicate that security, trust, ease of use, and privacy concern are positive predictors for repurchase intention. This research finds that in indirect effect, e-satisfaction is mediate the relation between security, ease of use, and privacy concern towards repurchase intention, but the e-satisfaction variable cannot mediate the relation between trust towards repurchase intention.*

**(F)** *References List 51 (1974-2018)*

**(G)** Dr. HETTY KARUNIA TUNJUNGSARI S.E., M.Si.