

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KEMUDAHAN PENGGUNA DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PENGGUNA TIK-  
TOK SHOP DI KOTA KUPANG**

**RETNA MONICA ABANAT**

**19410066**

**ABSTRAK**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Guna Memenuhi  
Sebagian Dari Persyaratan-Persyaratan Untuk Mencapai  
Gelar Sarjana Manajemen**



**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS KRISTEN ARTHA WACANA**

**KUPANG**

**2023**

ABSTRAK  
PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KEMUDAHAN  
PENGUNA DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI  
ULANG PENGGUNA TIK-TOK SHOP DI KOTA KUPANG

RETNA MONICA ABANAT  
19410066



Telah Dipertahankan Didepan Dewan Penguji  
Pada Tanggal 06 Desember 2023  
SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Penguji Utama	Dr. Damaris Y. Koli, SE.,MP	
Penguji Anggota	Margarethy R. Mbado, SE.,MM	
Pembimbing I	Alya E. Sjoen, SE.,MM	
Pembimbing II	Drs. Robert A. Serang, M.Si	

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



## ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Pengguna dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Tik-Tok Shop di Kota Kupang. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Pengguna dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Tik-Tok Shop. Tujuan penelitian yaitu: Untuk Mengetahui Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Pengguna dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Tik-Tok Shop.

Metode penelitian dalam penelitian ini yakni Masyarakat Kota Kupang Dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kota Kupang, sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, menggunakan kuesioner dengan angket tertutup sedangkan teknik analisis data menggunakan Analisis regresi linear berganda, Uji parsial (Uji t), uji simultan (Uji F) dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

Berdasarkan pengujian data dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dalam pembahasan ini akan membahas hasil peneliti sesuai dengan permasalahan yang penulis ajukan. (a) dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan hasil bahwa Kepercayaan Konsumen memiliki t hitung sebesar -2,060 yang berarti lebih kecil dari t tabel (1,945). Kemudian probabilitas sebesar 0,085 yang berarti lebih dari 0,05. (b) dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan hasil bahwa Kemudahan Pengguna memiliki t hitung sebesar 3,702 yang berarti lebih besar dari t tabel (1,945). Kemudian probabilitas sebesar 0,010 yang berarti lebih dari 0,05. (c) dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan hasil bahwa Kepercayaan Konsumen memiliki t hitung sebesar 3,184 yang berarti lebih besar dari t tabel (1,945). Kemudian probabilitas sebesar 0,019 yang berarti lebih dari 0,05.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa (1) variable kepercayaan konsumen berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli

ulang pada tik-tok shop (2) variable kemudahan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada tik-tok shop (3) variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada tik-tok shop

**Kata kunci: Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Pengguna, Kepuasan Pelanggan dan Minat Beli Ulang**