

**SKRIPSI**

**PENGARUH *COUPON SALES PROMOTION*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *PERCEIVED ENJOYMENT* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA PENGGUNA *E-COMMERCE* PADA PRODUK ALAT KESEHATAN PADA PT. MULTI MAKMUR SIDOARJO**



Oleh :

**RIZKI KARUNIA FAJARWATI**  
**NBI : 1211700109**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2022**

SKRIPSI

**PENGARUH *COUPON SALES PROMOTION*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*  
DAN *PERCEIVED ENJOYMENT* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*  
PADA PENGGUNA *E-COMMERCE* PADA PRODUK ALAT  
KESEHATAN PADA PT. MULTI  
MAKMUR SIDOARJO**



Oleh :

**Rizki Karunia Fajarwati**

**NIM. 1211700109**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2022**

**PENGARUH *COUPON SALES PROMOTION*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*  
DAN *PERCEIVED ENJOYMENT* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*  
PADA PENGGUNA *E-COMMERCE* PADA PRODUK ALAT  
KESEHATAN PADA PT. MULTI  
MAKMUR SIDOARJO**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna  
mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

**Oleh :**

**Rizki Karunia Fajarwati**

**NIM. 1211700109**

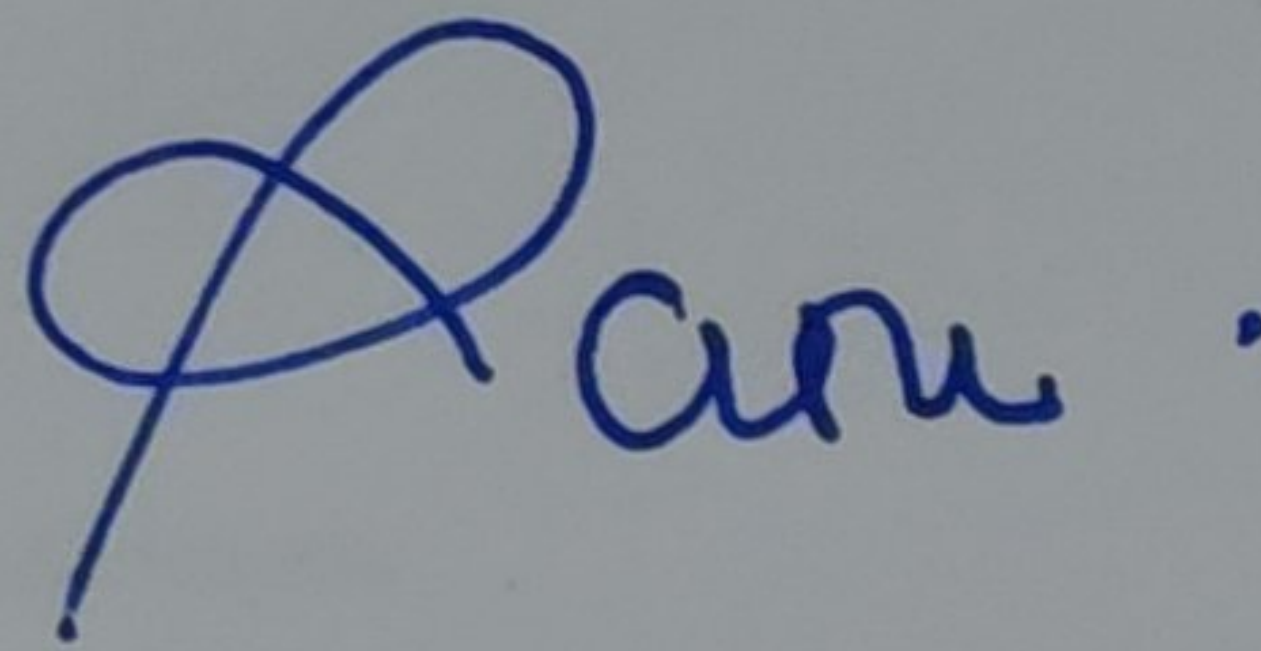
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Rizki Karunia Fajarwati  
NBI. : 1211700109  
Program Studi : Manajemen  
Judul : Pengaruh *Coupon Sales Promotion, Online Customer Review*  
Dan *Perceived Enjoyment* Terhadap *Repurchase Intention*  
Pada Pengguna *E-Commerce* Pada Produk Alat Kesehatan  
Pada PT. Multi Makmur Sidoarjo.

Surabaya, 29 Maret 2022  
Mengetahui / Menyetujui,  
Pembimbing,



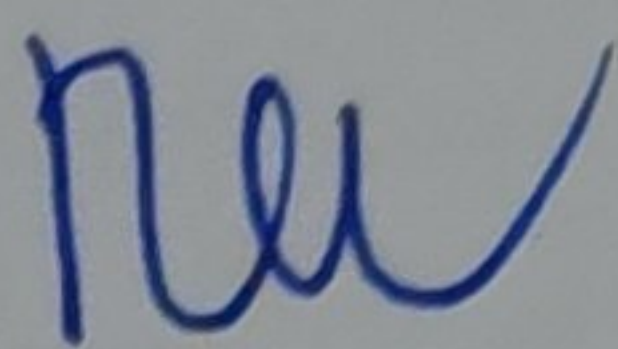
**Dra. Ec. Ratnaningsih SY. MM**

## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

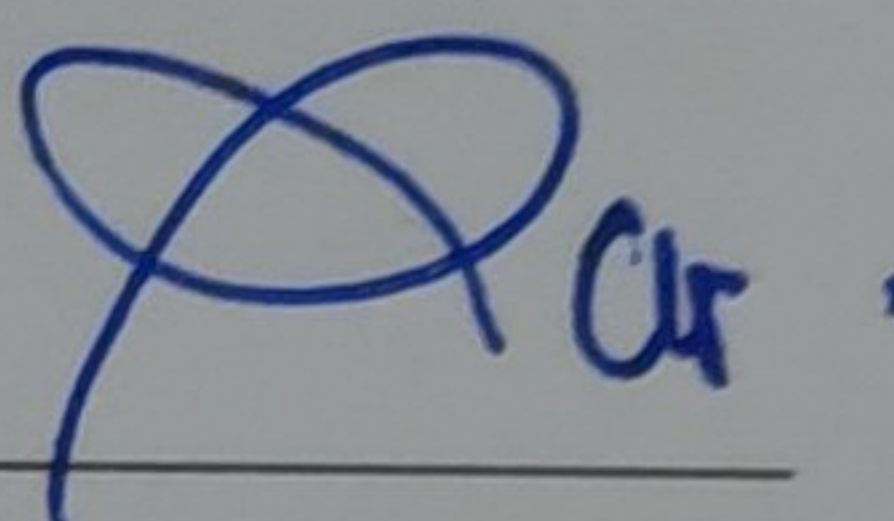
Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 29 November 2022

### TIM PENGUJI :

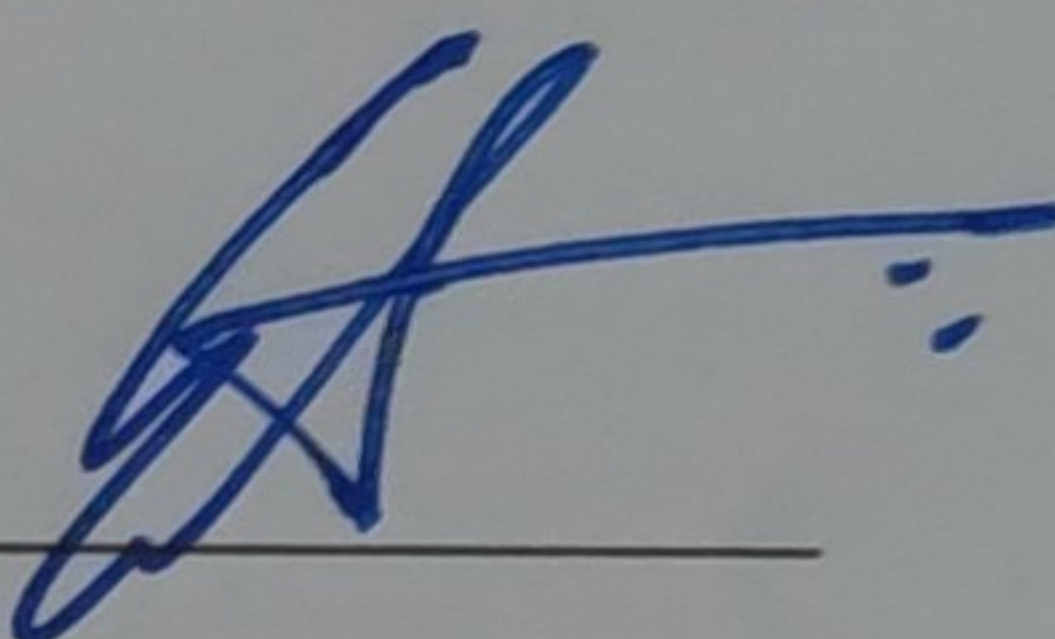
1. Prof. Dr. Amiartuti K, SH., MM.

-Ketua 

2. Dra. Ec. Ratnaningsih SY. MM

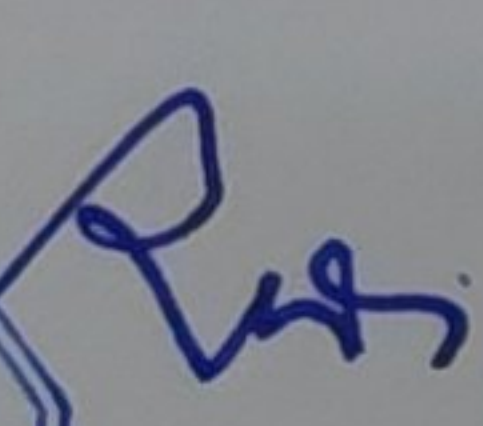
-Anggota 

3. Tan Evan Tandiyono SE., M.PSDM

-Anggota 

Mengesahkan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
D e k a n ,



  
Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

## SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Rizki Karunia Fajarwati
2. NBI. : 12117001091211508732
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. Judul : Pengaruh *Coupon Sales Promotion, Online Customer Review Dan Perceived Enjoyment Terhadap Repurchase Intention* Pada Pengguna *E-Commerce* Pada Produk Alat Kesehatan Pada PT. Multi Makmur Sidoarjo

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis, maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fak. Ekonomi Dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 29 November 2022

Yang membuat pernyataan,



Rizki Karunia Fajarwati



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. Semolowaru 45 Surabaya  
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)  
Email : [perpus@untag-sby.ac.id](mailto:perpus@untag-sby.ac.id)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rizki Karunia Fajarwati  
NIM : 1211700109  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclisive)** karya ilmiah saya yang berjudul

**“Pengaruh *Coupon Sales Promotion*, *Online Customer Review* Dan *Perceived Enjoyment* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Pengguna *E-Commerce* Pada Produk Alat Kesehatan Pada PT. Multi Makmur Sidoarjo”**

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada Tanggal : 29 November 2022

Yang menyatakan



Rizki Karunia Fajarwati

## MOTTO & PERSEMBAHAN

*Pendidikan Merupakan Senjata Paling Ampuh yang Bisa  
Kamu Gunakan Untuk Merubah Dunia.*

🏆 Nelson Mandela 🏆

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

- 1) Kedua Orantua tercinta yang telah mendidik dan memberikan dukungan moril dan materil, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
- 2) Seluruh keluarga yang telah memberikan banyak motivasi kepada penulis sehingga penulis sampai pada titik ini.
- 3) Sahabat Seperjuangan
- 4) Para sahabat yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan dan motivasi yang kalian berikan.
- 5) Almamaterku

Penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

Aamiin Yaa Rabbal 'Alamin....



## KATA PENGANTAR

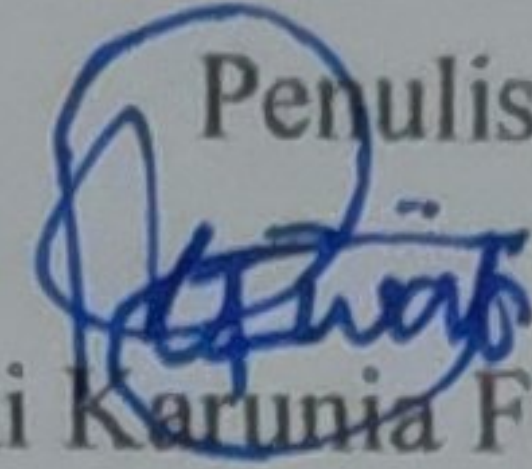
Alhamdulillah, Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-nya penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Coupon Sales Promotion, Online Customer Review Dan Perceived Enjoyment Terhadap Repurchase Intention* Pada Pengguna *E-commerce* Pada Produk Alat Kesehatan pada PT. MULTI MEDIKA MAKMUR SIDOARJO” dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan dan kerjasama dari berbagai pihak danberkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi dapat diatasi. Selanjutnya ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

- 1) Dosen pembimbing yangmemberikan arahan dan saran serta meluangkan waktu, tenaga dan pikirandalam memberi bimbingan kepada penulis selama menyusun skripsi.
- 2) Dra. Ec. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan.
- 3) Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- 4) Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- 5) Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya mengucapkan banyak terimakasih atas ilmu pengetahuan yang telah diberikan selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Manajemen dan Bisnis.
- 6) Kedua Orangtua serta keluarga tercinta yang sangat banyak memberikanbantuan moril, materi, arahan dan selalu mendoakan keberhasilan dankeselamatan selama menempuh pendidikan.

Akhirnya dengan kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapatkekurangan-kekurangan, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dankritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan proposal skripsi ini.

Surabaya, 29 Maret 2022

Penulis,



Rizki Karunia Fajarwati

## ABSTRAK

Industri farmasi dan alat kesehatan telah ditetapkan menjadi sektor-sektor strategis dalam penerapan industri 4.0. Ketika Covid-19 masuk ke tanah air, permintaan terhadap vitamin, suplemen dan obat-obatan untuk menambah kekebalan tubuh meningkat. Promosi merupakan kegiatan pemasaran yang memiliki dampak sangat besar terhadap minat beli kembali konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Selanjutnya, review pelanggan secara online juga memegang peranan penting dalam menarik minat pembelian ulang konsumen. Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang adalah persepsi kenikmatan. Adanya fenomena tersebut, maka peneliti ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Coupon Sales Promotion*, *Online Customer Review* dan *Perceived Enjoyment* terhadap *Repurchase Intention* pada pengguna *E-commerce* Produk Alat Kesehatan pada PT. Multi Medika Makmur Sidoarjo.

Desain penelitian ini adalah eksplanatori (*explanatory research*). Penelitian ini dilakukan pada semester gasal pada tahun pelajaran 2022/2023, yaitu bulan Maret. Populasi sampel adalah 108 pelanggan Produk Alat Kesehatan pada PT. Multi Medika Makmur Sidoarjo. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri atas metode angket atau kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis dapat disimpulkan bahwa *Coupon Sales Promotion*, *Online Customer Review* dan *Perceived Enjoyment* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Repurchase Intention* pada pengguna *E-commerce* Produk Alat Kesehatan pada PT. Multi Medika Makmur Sidoarjo

**Kata Kunci :** *Coupon Sales Promotion, Online Customer Review, Perceived Enjoyment, Repurchase Intention*

## **ABSTRACT**

*The pharmaceutical and medical device industries have been designated as strategic sectors in the application of industry 4.0. When Covid-19 entered the country, the demand for vitamins, supplements and medicines to increase immunity increased. Promotion is a marketing activity that has a very large impact on consumers' buying interest in the products offered. Furthermore, online customer reviews also play an important role in attracting consumer repurchase interest. Another factor that can influence consumer interest in making repeat purchases is the perception of enjoyment. With this phenomenon, this study aims to determine and analyze the effect of Coupon Sales Promotion, Online Customer Reviews and Perceived Enjoyment on Repurchase Intention to E-commerce users of Medical Device Products at PT. Multi Medika Makmur Sidoarjo.*

*The design of this research is explanatory (explanatory research). This research was conducted in the odd semester of the 2022/2023 school year, which is March. The sample population is 108 customers of Medical Device Products at PT. Multi Medika Makmur Sidoarjo. Data collection techniques in this study consisted of a questionnaire or questionnaire method. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis.*

*The results of the analysis can be concluded that Coupon Sales Promotion, Online Customer Review and Perceived Enjoyment have a significant and positive effect on Repurchase Intention to E-commerce users of Medical Device Products at PT. Multi Medika Makmur Sidoarjo*

**Keywords:** *Coupon Sales Promotion, Online Customer Review, Perceived Enjoyment, Repurchase Intention*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN TIM PENGUJI .....	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT .....	v
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI .....	vi
MOTTO & PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAK .....	x
<i>ABSTRACT</i> .....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>5</b>
2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	5
2.1.2 <i>Coupon Sales Promotion</i> .....	6
2.1.3 <i>Online Customer Review</i> .....	7
2.1.4 <i>Perceived Enjoyment</i> .....	8
2.1.5 <i>Repurchase Intention</i> .....	9
2.2 Penelitian Terdahulu .....	10
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	14
2.3.1 Pengaruh <i>Coupon Sales Promotion</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	14
2.3.2 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> ....	14
2.3.3 Pengaruh <i>Perceived Enjoyment</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	14
2.4 Kerangka Konseptual .....	15
2.5 Hipotesis.....	15

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
3.1 Desain Penelitian.....	17
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	17
3.2.1 Lokasi Penelitian .....	17
3.2.2 Waktu Penelitian .....	17
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	17
3.4 Populasi dan Sampel .....	18
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	18
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional .....	19
3.7 Proses Pengolahan Data .....	20
3.8 Metode Analisis Data .....	21
3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	21
3.8.2 Uji Asumsi Klasik .....	21
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	22
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis .....	23
3.9.1 Uji Parsial (Uji t) .....	23
3.9.2 Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	24
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>25</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	25
4.1.1 Gambaran Umum PT. MULTI MAKMUR SIDOARJO .....	25
4.1.2 Statistik Deskriptif.....	26
4.1.2.1 Karakteristik Responden .....	26
4.1.2.2 Deskriptif Jawaban Responden .....	27
4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	32
4.1.3.1 Uji Validitas .....	32
4.1.3.2 Uji Reliabilitas.....	33
4.1.4 Hasil Analisis Data.....	34
4.1.4.1 Persamaan Regresi .....	34
4.1.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	35
4.1.5 Uji Hipotesis.....	36
4.2 Pembahasan.....	37
4.2.1 Pengaruh <i>Coupon Sales Promotion</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> ....	37
4.2.2 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> ....	37
4.2.3 Pengaruh <i>Perceived Enjoyment</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	38
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>39</b>
5.1 Simpulan .....	39

5.2 Saran.....	39
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>41</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>45</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Tahun 2020 – 2021 .....	1
Tabel 4.1 Karakteristik Responden .....	26
Tabel 4.2 Kategori Mean Dari Skor Interval.....	27
Tabel 4.3 <b>Tanggapan Responden Untuk Variabel <i>Coupon Sales</i></b> <i>Promotion (X1)</i> .....	28
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Untuk Variabel <i>Online Customer</i> <i>Review (X2)</i> .....	29
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Untuk Variabel <i>Perceived</i> <i>Enjoyment (X3)</i> .....	31
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Untuk Variabel <i>Repurchase</i> <i>Intention (Y)</i> .....	32
Tabel 4.7 Uji Validitas .....	33
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	33
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	34
Tabel 4.10 Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi.....	35
Tabel 4.11 Uji t (Uji Parsial).....	36



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	15
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Multi Makmur Sidoarjo .....	25

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	45
Lampiran 2 DataPenelitian.....	50
Lampiran 3 Statistik Deskriptif.....	59
Lampiran 4 Uji Validitas.....	66
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	69
Lampiran 6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	72