

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *SHOPEE* DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL**

INTERVENING

SKRIPSI



Nama : Nimas Ayu Saputri

NIM : 43119010154

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *SHOPEE* DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
*INTERVENING***

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Nimas Ayu Saputri

NIM : 43119010154

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nimas Ayu Saputri

Nim : 43119010154

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplak).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.



Jakarta, 13 Oktober 2023



Nimas Ayu Saputri

NIM: 43119010154

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nimas Ayu Saputri
NIM : 43119010154
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SHOPEE DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
Tanggal Sidang : 13 Oktober 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Yuli Harwani, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Two blue ink signatures are written over the text 'UNIVERSITAS MERCU BUANA'. The signature on the left is for Dr. Nurul Hidayah, and the one on the right is for Dudi Permana.

Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10233178



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan layanan terhadap loyalitas pelanggan *Shopee* melalui kepuasan pelanggan. Teknologi mengubah setiap aspek kehidupan termasuk dunia bisnis. Aspek tersebut muncul dengan munculnya berbagai situs *e-commerce*, salah satunya *Shopee*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan variabel independen persepsi harga (X1), layanan *E-commerce* (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Z) dan variabel dependennya adalah loyalitas pelanggan *Shopee* (Y). Teknik penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, kuesioner dan studi kepustakaan. Metode analisis yang digunakan adalah *component* atau *variance based structural equation model* di mana dalam pengolahan datanya menggunakan program *Partial Least Square* (Smart-PLS). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan *Shopee*, kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan *Shopee* dan kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *Shopee*. Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan dan kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Layanan, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan, *Shopee*



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price and service on Shopee customer loyalty through customer satisfaction. Technology changes every aspect of life including the business world. This aspect arises with the emergence of various e-commerce sites, one of which is Shopee. This study uses a descriptive quantitative approach with the independent variables price (X1), E-commerce services (X2) and Customer Satisfaction (Z) and the dependent variable is Shopee customer loyalty (Y). This research technique uses a nonprobability sampling technique with a purposive sampling method. Data collection techniques in this research used interviews, questionnaires and literature study. The analytical method used is component or variance based structural equation model where the data processing uses the Partial Least Square (Smart-PLS) program. The results of this research state that price has a negative effect on Shopee customer loyalty, service quality has a significant positive effect on Shopee customer loyalty and satisfaction has no effect on Shopee customer loyalty. Price has no effect on satisfaction and service quality has a significant positive effect on satisfaction.

Keywords: *Price Perception, Service, Satisfaction, Customer Loyalty, Shopee*



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum, Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada peneliti sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan *Shopee* Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening*”**.

Penulis menyadari sebagai manusia dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Penyusunan proposal penelitian ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak khususnya Ibu Dr. Yuli Harwani, MM selaku dosen Pembimbing skripsi penelitian ini yang telah memberikan nasehat, waktu, bimbingan, semangat, ilmu dan nasehat yang sangat bermanfaat. yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan Alhamdulillah kepada Allah Subhanahu Wata'ala yang telah mencurahkan segala rahmat-Nya. Akhir kata kepada semua pihak saya mengucapkan terima kasih yang telah membantu saya dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng. Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.SI, AK selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, ph.D Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Jajaran Program studi manajemen S1, Bapak Eri Marlapa SE, MM selaku Sekertaris program studi Manajemen Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si Selaku dosen Metodologi Penelitian Pemasaran.
6. Kedua orangtua dan Adik saya adalah motivasi terbesar saya yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.

7. Teman seperjuangan Fahira Ardianti Khoirunnisa yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan bertukar pikiran.
8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa sebutkan satu persatu. Terima Kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 21 November 2022



Nimas Ayu Saputri

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Kajian Pustaka	12
1. Pemasaran	12
2. Perilaku Konsumen.....	13
3. Expectancy Disconfirmation Theory	15
4. Loyalitas Pelanggan.....	16
5. Persepsi Harga	19
6. Kualitas Layanan	22
7. Kepuasan Pelanggan	28
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Hubungan Antar Variabel	36
1. Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	36
2. Persepsi Harga terhadap loyalitas pelanggan	36
3. Kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan	37

4.	Kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan	38
5.	Kepuasan terhadap loyalitas pelanggan	38
BAB III METODE PENELITIAN		41
A.	Desain Penelitian.....	41
1.	Waktu Penelitian.....	41
2.	Tempat Penelitian	42
B.	Definisi dan Operasional Variabel	42
1.	Definisi Variabel.....	42
2.	Operasional Variabel	43
C.	Populasi dan Sampel Penelitian	44
D.	Metode Pengumpulan Data.....	45
E.	Metode Analisis Data	46
1.	Analisis Statistik Deskripsi	47
2.	Analisa Outer Model (Model Pengukuran).....	48
3.	Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model)	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		53
A.	Gambaran Umum <i>Shopee</i>	53
B.	Analisis Deskripsi	54
1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
2.	Deskripsi Jawaban Variabel Persepsi Harga	55
3.	Deskripsi Jawaban Variabel Kualitas Layanan	56
4.	Deskripsi Jawaban Variabel Kepuasan	57
5.	Deskripsi Jawaban Variabel Loyalitas Pelanggan.....	58
C.	Hasil Uji Kualitas Data.....	59
1.	Evaluasi Measurement (outer) Model.....	59
2.	Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model)	64
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	69

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	73
1. Saran untuk perusahaan	73
2. Saran untuk peneliti selanjutnya.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN	81



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kuesioner Pra Survey	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	43
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	46
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 2 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga	55
Tabel 4. 3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan.....	56
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepuasan	57
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan	58
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Convergent Validity.....	59
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi)	60
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Kriteria Fornell-Lacker)	62
Tabel 4. 9 Uji Ratio Heterotrait Monotrait (HTMT)	62
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	63
Tabel 4. 11 Nilai Inner VIF	64
Tabel 4. 12 Hasil Path Coefficient.....	65
Tabel 4. 13 Nilai R-square	66
Tabel 4. 14 Nilai F-square.....	67
Tabel 4. 15 Hasil Uji (Q^2)	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengunjung Web Bulanan <i>E-commerce</i> (Kuartal 1-2020).....	3
Gambar 1. 2 Data <i>Shopee</i> Lima Tahun Terakhir.....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	40
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS.....	60
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	81
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner.....	84
Lampiran 3 : Hasil Karakteristik Jawaban.....	96
Lampiran 4 : Final Result.....	97

