



SURAT KETERANGAN
Nomor: SKET/016/II/2023/FEB-UBJ

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Dr. Wastam Wahyu Hidayat, S.E., M.M.
NIP : 1802324
Jabatan : Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menerangkan bahwa nama :

- Nama : Ayu Bunga Pertiwi¹
NPM : 201810325337
Jabatan : Mahasiswa Prodi Manajemen
- Nama : Prof. Dr. Hapzi Ali, M.M., CMA., MPM²
NIDN : 0012016601
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Doktor Ilmu Manajemen
- Nama : Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., M.M.³
NIDN : 0329017202
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen

Adalah benar sebagai Penulis pada JIM (Jurnal Ilmu Multidisiplin) dengan judul ***"Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada E-Commerce Shopee"*** telah terbit pada Volume 1, Nomor 2, e-ISSN: 2829-4580, p-ISSN: 2829-4599, 30 September 2022.

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

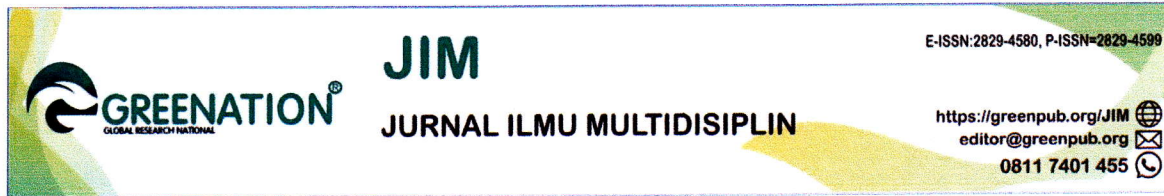
Jakarta, 11 Januari 2023

A.n. DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
WADEK II



Dr. Wastam Wahyu Hidayat, S.E., M.M.
NIP: 1802324

Tembusan:
- Arsip.



Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada E-Commerce Shopee

Ayu Bunga Pertiwi^{1*}, Hapzi Ali², Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo³

¹) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: ayubunga202@gmail.com

²) Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: hapzi@dsn.ubharajaya.ac.id

³) Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: franciscus@dsn.ubharajaya.ac.id

*Corresponding Author: Ayu Bunga Pertiwi¹

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengukur Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada E-Commerce Shopee. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana objek yang digunakan merupakan masyarakat atau konsumen yang sudah pernah melakukan transaksi di e-commerce Shopee di Kabupaten Bekasi. Penelitian ini dilakukan dengan teknik sampel Accidental sampling. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 270 responden. Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian hipotesis dengan menggunakan teknik analisis Structural Equation Model SEM-SmartPLS versi 3.0. Berdasarkan hasil penelitian ini menjelaskan bahwa: 1) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; 2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; 3) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan; 4) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan; 5) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan; 6) Kepuasan pelanggan terbukti memediasi persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan; 7) Kepuasan pelanggan terbukti memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan.

PENDAHULUAN

Internet telah menciptakan sebuah ekonomi baru. Teknologi internet menimbulkan berbagai dampak dalam aspek kehidupan, tidak terkecuali perkembangan dunia bisnis dan pemasaran. Internet telah banyak dimanfaatkan orang sebagai media pemasaran dan bisnis