

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
PADA E-COMMERCE SHOPEE**

SKRIPSI

Oleh:

AYU BUNGA PERTIWI

201810325337



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada *E-Commerce* Shopee

Nama Mahasiswa : Ayu Bunga Pertiwi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325337

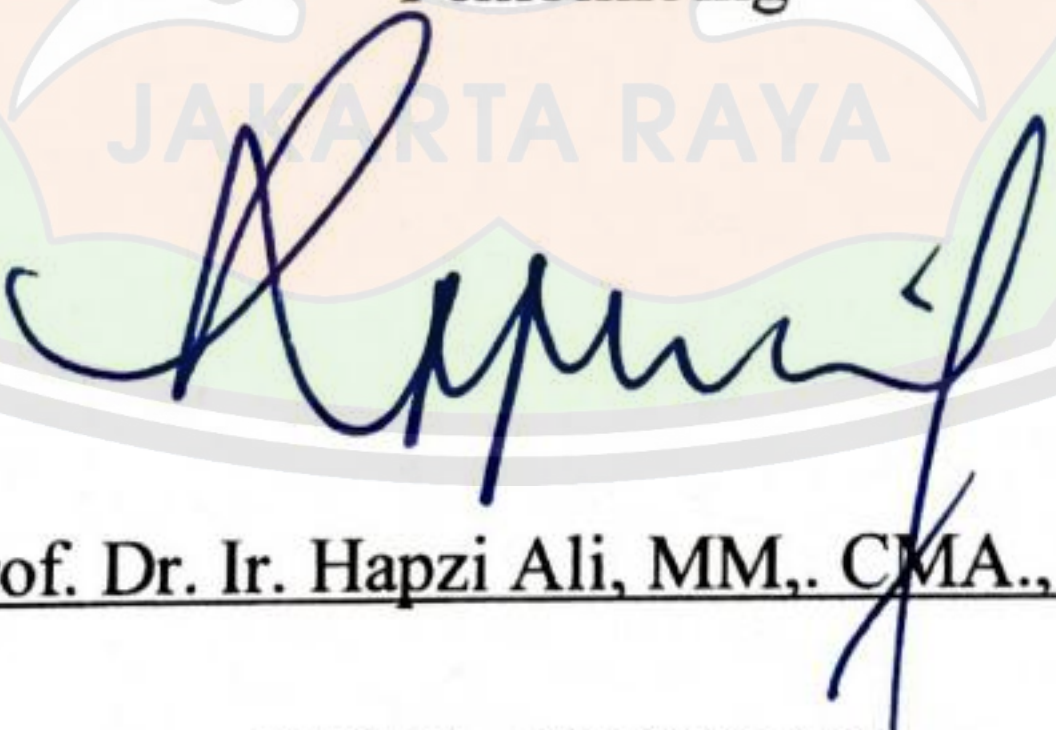
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2022

Jakarta, 19 Juli 2022

MENYETUJUI,

Pembimbing


Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM

NIDN : 0012016601

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan *pada E-Commerce Shopee*

Nama Mahasiswa : Ayu Bunga Pertiwi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325337

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2022

Jakarta, 19 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA

NIDN 0309048102

Penguji I : Fransiscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., MM

NIDN 0329017202

Penguji II : Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM

NIDN 0012016601

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



Dr. Hadita, S.Pd., MM
NIDN. 0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada E-Commerce Shopee ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan Skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 19 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Ayu Bunga Pertiwi

201810325337

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 (*hypothesis testing*) 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.

Penelitian ini memiliki keterbatasan objek penelitian yang hanya dilakukan pada generasi milenial khususnya di Kabupaten Bekasi. Hal ini dapat menjadi saran untuk peneliti selanjutnya.

Kata Kunci: *loyalitas pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan*

ABSTRACT

This research aims to measure the effect of perceived price and service quality on customer loyalty through customer satisfaction at Shopee's E-Commerce. This research is a quantitative study where the object used is the community or consumers who have made transactions at Shopee e-commerce in Bekasi Regency. This research was conducted by using accidental sampling technique. The number of samples used in this study were 270 respondents. The design used in this study is hypothesis testing using the structural equity model (SEM)-SmartPLS version 3.0 analysis technique.

Based on the results of this study, it is explained that: 1) Price perception has a positive and significant effect on customer satisfaction; 2) Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction; 3) Price perception has a positive and significant effect on customer loyalty; 4) Service quality has a positive and significant effect on customer loyalty; 5) Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty; 6) Customer satisfaction is proven to mediate price perception on customer loyalty; 7) Customer satisfaction is proven to mediate service quality on customer loyalty.

This research has limited research objects that are only carried out on the millennial generation, especially in Bekasi Regency. This can be a suggestion for future researchers.

Keywords: customer loyalty, customer satisfaction, price perception and service quality

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.7 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	13
2.2 Loyalitas Pelanggan	13
2.2.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	13
2.2.2 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	14
2.2.3 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	14
2.2.4 Tahapan Loyalitas Pelanggan	15
2.3 Kepuasan Pelanggan	17
2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	17
2.3.2 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	18

2.3.3	Faktor Utama dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	18
2.3.4	Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	19
2.4	Persepsi Harga	20
2.4.1	Pengertian Persepsi Harga	20
2.4.2	Peranan Persepsi Harga.....	21
2.4.3	Indikator Persepsi Harga.....	22
2.4.4	Tujuan Penetapan Harga	22
2.5	Kualitas Pelayanan.....	24
2.5.1	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	24
2.5.2	Dimensi Kualitas Pelayanan	24
2.5.3	Manfaat Kualitas Pelayanan.....	25
2.6	Peneliti Terdahulu.....	25
2.7	Pengaruh Antar Variabel.....	28
2.8	Kerangka Pemikiran.....	31
2.9	Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		33
3.1	Desain Penelitian.....	33
3.2	Tahapan Penelitian.....	33
3.3	Operasionalisasi Variabel.....	34
3.4	Model Konseptual	35
3.5	Objek dan Tempat Penelitian.....	37
3.5.1.	Objek Penelitian.....	37
3.5.2.	Waktu Penelitian.....	37
3.6	Metode Populasi dan Sampel.....	37
3.6.1.	Populasi.....	37
3.6.2.	Sampel.....	37
3.7	Metode Pengumpulan Data	38
3.7.1.	Jenis Data	39
3.7.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.8	Metode Analisa Data.....	40
3.8.1.	Teknik Analisis Data.....	40
3.8.2.	Evaluasi outer model (model pengukuran)	41
3.8.3.	Analisis pengujian inner model (model struktural).....	42

3.8.4. Koefisien jalur dan uji Hipotesis (path coefficient)	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum	44
4.1.1 Sejarah Singkat PT Shopee Indonesia	44
4.1.2 Misi dan Visi PT Shopee Indonesia	45
4.1.3 Lokasi Perusahaan	45
4.1.4 Logo Perusahaan Shopee Indonesia	45
4.2 Deskripsi Data	45
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	46
4.2.2 Identitas Responden	46
4.3 Hasil Analisis Data	49
4.3.1 Skema Model Partial Least Square	49
4.3.2 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	49
Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	54
4.3.3 Analisis Pengujian Hipotesis	60
4.4 Pembahasan	63
1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	63
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	64
3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	65
4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	66
5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	66
6. Kepuasan Pelanggan Memediasi Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	68
7. Kepuasan Pelanggan Memediasi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	69
BAB V PENUTUP	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Implikasi Manajerial	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Grafik pengguna <i>E-commerce</i> tertinggi di Dunia pada bulan April 2021.....	2
Gambar 1. 2 Grafik TOP <i>E-Commerce</i> berdasarkan rangking playstore 2017-2019	3
Gambar 1. 3 komentar/review buruk tentang layanan Shopee	5
Gambar 1. 4 Grafik Faktor-faktor yang mempengaruhi Y	6
Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran	32
Gambar 3. 1 Model Konseptual	36
Gambar 4. 1 Logo Shopee.....	45
Gambar 4. 2 Outer Model	49
Gambar 4. 3 Inner Model	55



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data Peta E-commerce Indonesia Quartal 4 2020	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Operasional variabel	35
Tabel 3. 2 Nilai Kriteria Jawaban Skala Likert.....	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Transaksi Pembelian perbulan	48
Tabel 4. 5 Hasil Outer Model (<i>Loading Factor</i>).....	50
Tabel 4. 6 Hasil Outer Loading Tahap 2.....	51
Tabel 4. 7 Hasil Average Variance Extracted (AVE)	52
Tabel 4. 8 Hasil <i>Croos Loading</i>	53
Tabel 4. 9 Hasil <i>Composite Reliability & Cronbach Alpha</i>	54
Tabel 4. 10 Hasil R-Square	55
Tabel 4. 11 Hasil Q-square Predictive Relevance.....	56
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis.....	58
Tabel 4. 13 Hasil Mediasi (Specific Indirect Effect)	59
Tabel 4. 14 Rekap pembahasan pengaruh langsung	71
Tabel 4. 15 Rekap Pembahasan Pengaruh Tidak Langsung	71

DAFTAR LAMPIRAN

1. Uji Plagiarisme
2. Uji Referensi
3. Kuesioner Penelitian
4. Data Tabulasi Responden
5. Hasil Uji Smartpls 3.0
6. Kartu Bimbingan
7. Daftar Riwayat Hidup

