

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN
KEMUDAHAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SHOPEE**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

oleh

Dona Farisca

NPM: 41183402180065



Strata 1

Program Studi Manajemen

UNIVERSITAS ISLAM "45"

FAKULTAS EKONOMI

BEKASI

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN
KEMUDAHAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SHOPEE

Tanggal : 23 November 2022

oleh

Dona Farisca
NPM : 41183402180065

Disetujui,

Pembimbing



Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M.

Mengetahui,


Dekan Fakultas Ekonomi



UNIVERSITAS ISLAM
BEKASI
FAKULTAS EKONOMI

Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti., S.E., M.S.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN
KEMUDAHAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SHOPEE

Tanggal : 30 November 2022

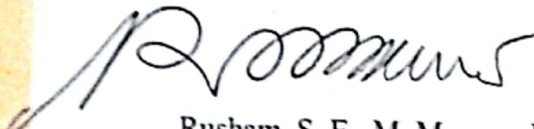
oleh


Dona Fariscka
NPM : 41183402180065

Diuji oleh,

Penguji I

Penguji II


Rusham, S. E., M. M



Dr Rianti Setyawasih, Ir., M. E

Mengetahui,
Pembimbing



Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M.


Dekan Fakultas Ekonomi
Isti Pujiastuti, S.E., M.E.

Ketua Jurusan Manajemen

Rinda Siaga Pangestuti., S.E., M.S.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dona Fariscka
NPM : 41183402180065
Judul Skripsi/Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Loyalitas Konsumen Shopee

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi manapun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera di daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari skripsi ini dapat dibuktikan adanya unsur plagiarisme atau apapun yang terdapat penyimpangan dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan sanksi yang berlaku.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebagai pertanggung jawaban ilmiah tanpa adanya pemaksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 30 November 2022

Yang menyatakan,



Dona Fariscka

ABSTRAK

Dona Fariscka (41183402180065)

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Konsumen Shopee

xii + 91 halaman + 21 tabel + 7 gambar + 13 lampiran

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kemudahan, dan Loyalitas Konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kemudahan terhadap loyalitas konsumen Shopee. Metode penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi, yang masih aktif dalam menggunakan *e-commerce* Shopee minimal lebih dari 2 kali transaksi, dengan jumlah sampel sebesar 93 responden. Untuk pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Penggunaan metode analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner melalui *google form* kepada konsumen. Untuk analisis data menggunakan uji statistik dan perhitungan menggunakan regresi linier ganda yang dihitung menggunakan program *Statistic Product and Service Solution 25.0* (SPSS 25.0).

Berdasarkan jawaban kuesioner yang telah diolah SPSS diperoleh hasil regresi berganda $Y = -0,022 + 0,422 (X_1) + 0,266 (X_2) + 0,025 (X_3) + e$ sedangkan hasil uji F diperoleh variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kemudahan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Shopee. Hasil ini dibuktikan bahwa nilai F_{hitung} 61,975 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari $\alpha = (0,05)$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil uji t membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Shopee. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji kualitas pelayanan $t_{hitung} \beta_1$ sebesar 0,422 dengan nilai signifikan sebesar 0,000, dan kepercayaan $t_{hitung} \beta_2$ sebesar 0,266 dengan nilai signifikan sebesar 0,079, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan variabel kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen shopee. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji $t_{hitung} \beta_3$ sebesar 0,025 dengan nilai signifikan sebesar 0,775, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kemudahan secara bersama-sama (simultan) memengaruhi loyalitas konsumen sebesar 6,65% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Daftar Pustaka : 43 (2002-2022)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalammu 'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan ridho-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kemudahan terhadap Loyalitas Konsumen Shopee". Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan atas junjungan kita baginda Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, para sahabatnya, dan seluruh umat manusia.

Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas 45 Bekasi. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis dengan ketulusan dan kerendahan hati ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan masukan, saran, dan ikut memotivasi dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, serta memberikan saran dengan penuh kesabaran dalam proses penyusunan skripsi sampai selesai.
2. Ibu Rinda Siaga Pangestuti., S.E., M.S.M. selaku Ketua Program Studi "45" Bekasi yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian.
3. Ibu Isti Pujihastuti, S.E., M.E. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam "45" Bekasi.
4. Bapak Rusham, S. E., M. M & Ibu Dr Rianti Setyawasih, Ir., M. E. selaku dosen penguji yang sudah memberikan saran dan kritik yang diajukan pada saat sidang skripsi.
5. Dosen-dosen dan staff pengajar Fakultas Ekonomi yang dengan sabar membimbing, memberikan dan membagi ilmunya kepada kami semua dari semester awal sampai sekarang.

6. Untuk orang tua tercinta terimakasih sudah selalu mendoakan, mensupport dalam segala hal, memberikan kasih sayang yang teramat besar yang tidak mungkin dapat penulis balas dengan apapun dan skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua yang selalu memberikan kebahagiaan kepada penulis.
7. Untuk orang tersayang yaitu kakak Nurunnikmah, Amirudin, dan adik Kurota Ayun yang selalu mendoakan, serta memberikan semangat kepada penulis sampai bisa mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
8. Untuk sahabat perjuangan yaitu Ayu, Mia, Pira, Qori, Ineke, Rayyi, Heling, Ucup, dan Agung. Terimakasih sudah membantu, mensupport, dan selalu ada dari semester awal sampai proses skripsi ini selesai, semoga kalian diberikan kesuksesan di dunia hingga diakhirat.
9. Untuk sahabat SMA yaitu Sekar, Ayu, Nola, Ganis, Erna dan Widia. Terimakasih sudah bersama-sama sampai saat ini dan terimakasih sudah selalu support.
10. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini, Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk masukan dan saran, bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Aamiin ya rabbal 'alamin.

Wassalamu'alaikum warahmatullaahi wabarakaatuh

Bekasi, 18 November 2022

Penulis

Dona Fariscka

DAFTAR ISI

	Halaman
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah	11
1.5. Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 E-commerce	13
2.1.1. Konsep <i>E-commerce</i>	14
2.1.2 Definisi Jasa (Pelayanan)	16
2.1.3 Hubungan Relasional Konsumen	17
2.2 Loyalitas Konsumen	18
2.2.1 Definisi Loyalitas Konsumen.....	18
2.2.2 Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen.....	19
2.3 Kualitas Pelayanan.....	21
2.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan	21
2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan	23
2.3.3 Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan	24
2.4 Kepercayaan.....	27

2.4.1 Definisi Kepercayaan	27
2.4.2 Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Kepercayaan	28
2.4.3 Indikator	28
2.5 Kemudahan	29
2.5.1 Definisi Kemudahan.....	29
2.5.2 Indikator Kemudahan	30
2.6 Penelitian Terdahulu	31
2.7 Kerangka Pemikiran.....	36
2.8 Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Jenis Penelitian.....	41
3.1.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41
3.1.2 Populasi dan Sampel Penelitian	41
3.1.3 Jenis Sumber Data	43
3.1.4 Teknik Pengumpulan data.....	44
3.2 Model dan Instrumen Penelitian	45
3.2.1 Variabel Loyalitas Konsumen	45
3.2.2 Variabel Kualitas Pelayanan	46
3.2.3 Variabel Kepercayaan	47
3.2.3 Variabel Kemudahan.....	47
3.3 Metode Analisis Data.....	48
3.3.1 Uji Validitas	48
3.3.2 Uji Reliabilitas.....	49
3.3.3 Uji Asumsi Klasik	49
3.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda	51
3.3.5 Uji Hipotesis.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	55
4.1.1 Sejarah Singkat Shopee	55
4.1.2 <i>E-commerce</i>	55

4.1.3 Visi, Misi, dan Nilai-nilai Shopee.....	56
4.1.4 Logo Shopee.....	57
4.2 Deskripsi Data Responden.....	58
4.3 Uji Kualitas Data.....	65
4.3.1 Deskripsi Hasil Uji Validitas.....	65
4.3.2 Deskripsi Hasil Uji Reliabilitas.....	66
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	67
4.4.1 Uji Normalitas.....	67
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	69
4.4.3 Uji Heterokedastisitas.....	70
4.4.4 Uji Autokorelasi.....	71
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
4.6 Uji Penelitian Hipotesis.....	72
4.6.1 Uji Sginifikan Secara Parsial (Uji t).....	72
4.6.2 Uji Signifikan Secara Bersama-Sama atau Anova (Uji F).....	75
4.6.3 Koefisien Determinasi.....	76
4.7 Pembahasan.....	79
4.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Shopee.....	79
4.7.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen Shopee ...	80
4.7.3 Pengaruh Kemudahan terhadap Loyalitas Konsumen Shopee.....	80
4.7.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kemudahan terhadap Loyalitas Konsumen Shopee.....	81
4.8 Implikasi Manajerial.....	82
4.9 Kelemahan Penelitian.....	84
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1 Simpulan.....	85
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 1 Keluhan Konsumen <i>E-commerce</i> Shopee (Mei – Juli, 2022)	5
Tabel 1 2 Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan	6
Tabel 1 3 Persepsi Mahasiswa Tentang Kepercayaan	7
Tabel 1 4 Persepsi Mahasiswa Tentang Kemudahan	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1 Skala Likert	44
Tabel 4. 1 Data Karakteristik Responden Penelitian	58
Tabel 4. 2 Skor Jawaban Responden atas Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	59
Tabel 4. 3 Skor Jawaban Responden atas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	61
Tabel 4. 4 Skor Jawaban Responden atas Variabel Kepercayaan (X2)	62
Tabel 4. 5 Skor Jawaban Responden atas Variabel Kemudahan (X3).....	64
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	65
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	67
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	68
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	69
Tabel 4. 10 Hasil Uji Autokorelasi	71
Tabel 4. 11 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
Tabel 4. 12 Hasil Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t)	73
Tabel 4. 13 Hasil Uji Signifikan Secara Bersama-sama (Uji F)	76
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	77
Tabel 4. 15 Rekapitulasi Hasil Uji Statistik.....	77

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Perkembangan Pengunjung E-commerce di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 E-commerce Pengunjung Terbanyak (2021)	2
Gambar 1. 3 Contoh Keluhan Konsumen <i>E-commerce</i> Shopee	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4. 1 Logo Shopee.....	57
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas P-P Plot Of Regression	68
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	91
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	96
Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS Validitas dan Reliabilitas.....	107
Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	114
Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	116
Lampiran 6 Uji Penelitian Hipotesis.....	117
Lampiran 7 Tabel Distribusi T.....	118
Lampiran 8 Tabel Distribusi F.....	122
Lampiran 9 Kartu Bimbingan Skripsi.....	124
Lampiran 10 Kartu Seminar Proposal.....	127
Lampiran 11 Surat Keputusan Pembimbing.....	127
Lampiran 12 Permohonan Data Jumlah Mahasiswa.....	130
Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup.....	131

bismillah skripsi FINAL, 10 des

ORIGINALITY REPORT

32%
SIMILARITY INDEX

30%
INTERNET SOURCES

14%
PUBLICATIONS

21%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	5%
2	repositori.usu.ac.id Internet Source	3%
3	repository.umsu.ac.id Internet Source	2%
4	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	2%
5	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	1%
6	repository.usd.ac.id Internet Source	1%
7	Submitted to Konsorsium PTS Indonesia - Small Campus Student Paper	1%
8	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
9	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%