

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BELANJA  
ONLINE E-COMMERCE SHOPEE**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**AIRLANGGA KUSUMA AGUNG**  
**19012010335 / FEB / EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR**

**2023**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BELANJA  
ONLINE E-COMMERCE SHOPEE**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen



**OLEH :**

**AIRLANGGA KUSUMA AGUNG**  
**19012010335 / FEB / EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**  
**JAWA TIMUR**

**2023**

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BELANJA  
ONLINE E-COMMERCE SHOPEE**

Disusun Oleh:

**AIRLANGGA KUSUMA AGUNG**  
19012010335

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal : 15 September 2023

Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si.**  
NIP. 196901132021212003

Pembimbing



**Drs. Ec. Herv Pudjoprasvono, M.M.**  
NIP. 196203181988031002

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP.**  
NIP. 196304201991032001

**SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS  
KARYA**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Airlangga Kusuma Agung  
NPM : 19012010335  
NIK : 3522152610000002  
Tempat/Tanggal Lahir : Bojonegoro, 26 Oktober 2000  
Alamat : Jl. Wijaya Kusuma blok. S.10, Wisma Tropodo, Waru,  
Sidoarjo  
Judul Artikel : Pengaruh persepsi harga dan kepuasan pelanggan  
terhadap loyalitas pelanggan belanja online e-commerce Shopee

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri, serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkannya gelar akademik yang telah saya raih.

Surabaya, 15 September 2023  
yang menyatakan,

The image shows a handwritten signature in blue ink over a red official stamp. The stamp is rectangular and contains the text 'METERAN TEMPEL' and 'KABUPATEN SURABAYA' along with a small emblem. The signature is written in a cursive style.

Airlangga Kusuma Agung

## **KATA PENGANTAR**

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Belanja Online E-commerce Shopee.

Sekalipun penulis harus mengalami kesulitan, tetapi syukurlah bahwa laporan ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan laporan ini banyak terdapat kekurangan-kekurangan. Selesaiannya kegiatan hingga penyusunan laporan ini tidak lepas dari Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan.

Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terimakasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan proposal ini, diantaranya :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU selaku rektor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CFP. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
3. Ibu Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si selaku koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam menyusun proposal penelitian skripsi ini.
  5. Bapak dan Ibu dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis
  6. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan moril serta materil kepada penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini
- Akhirnya penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan laporan ini.

Surabaya, 15 Februari 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN UJI KELAYAKAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
BAB I     PENDAHULUAN.....	2
1.1    Latar Belakang.....	2
1.2    Rumusan Masalah.....	9
1.3    Tujuan Penelitian .....	9
1.4    Manfaat Penelitian .....	9
BAB II    TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1    Penelitian Terdahulu .....	11
2.2    Landasan Teori .....	16
2.2.1. Pemasaran .....	16
2.2.2. Persepsi Harga .....	20
2.2.3. Kepuasan Pelanggan .....	24
2.2.4. Loyalitas Pelanggan.....	29
2.3    Hubungan Antar Variabel.....	34
2.3.1. Hubungan antara Persepsi Harga dengan Loyalitas Pelanggan.....	34
2.3.2. Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan.....	35
2.4    Kerangka Konseptual.....	36
BAB III   METODE PENELITIAN .....	38
3.1    Definisi Operasional dan Pengukuran .....	38
3.1.1. Definisi Operasional Variabel.....	38
3.1.2. Pengukuran Variabel.....	40
3.2    Teknik Pengambilan Sampel .....	41
3.2.1. Populasi.....	41
3.2.2. Sampel.....	41
3.3    Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.3.1. Jenis Data .....	42
3.3.2. Sumber Data.....	43
3.3.3. Pengumpulan Data .....	43
3.4    Uji Validitas dan Reabilitas .....	44
3.4.1. Uji Validitas .....	44
3.4.2. Uji Reabilitas .....	44

	3.5	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	45
	3.5.1.	Teknik Analisis Data.....	45
	3.5.2.	Model Indikator Refleksi dan Formatif .....	46
	3.5.3.	Cara Kerja PLS .....	49
	3.5.4.	Langkah-Langkah PLS .....	50
	3.5.5.	Asumsi PLS .....	56
	3.5.6.	Ukuran Sampel.....	56
BAB IV		HASIL DAN PEMBAHASAN .....	57
	4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	57
	4.1.1.	Gambaran Umum dan Sejarah Singkat Perusahaan.....	57
	4.1.2.	Visi dan Misi Perusahaan.....	59
	4.1.3.	Nilai-Nilai Perusahaan .....	59
	4.1.4.	Logo Perusahaan .....	60
	4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	61
	4.2.1.	Deskripsi Karakteristik Responden.....	61
	4.2.2.	Deskripsi Variabel .....	62
	4.3	Deskripsi Hasil Analisis Data .....	66
	4.3.1.	Evaluasi Outlier .....	66
	4.3.2.	First Order (Model Pengukuran Dimensi dengan Indikator dan Variabel dengan Indikator pada Pengukuran Outer Model).....	67
	4.3.3.	Inner Model (Pengujian Model Struktural).....	73
	4.4	Pembahasan .....	75
	4.4.1.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	75
	4.4.2.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	76
BAB V		KESIMPULAN DAN SARAN .....	78
	5.1	Kesimpulan .....	78
	5.2	Saran .....	78
		DAFTAR PUSTAKA .....	80



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Terbaik di Indonesia Tahun 2022 .....	5
Tabel 3. 1 Skala Bobot Indikator .....	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4.2 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga (X1) .	63
Tabel 4. 3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (X2) .....	64
Tabel 4. 4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan (Y) .....	65
Tabel 4.5 Residuals Statistic .....	66
Tabel 4.6 Outer Loadings.....	68
Tabel 4.7 Cross Loadings.....	70
Tabel 4.8 Average Variance Extracted (AVE) .....	71
Tabel 4.9 Composite Reliability .....	72
Tabel 4.10 Latent Variable Correlations .....	72
Tabel 4.11 R Square .....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Situs E-Commerce dengan jumlah pengunjung terbanyak di Indonesia (Kuartal I 2022) .....	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	36
Gambar 3.1 Model Indikator Reflektif .....	48
Gambar 3.2 Tahapan PLS .....	50
Gambar 3.3 Diagram Jalur .....	51
Gambar 4.1 Jumlah Unduhan Shopee .....	58
Gambar 4.2 Logo Shopee .....	61
Gambar 4.3 Inner Model .....	74

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BELANJA  
E-COMMERCE SHOPEE**

Oleh

**AIRLANGGA KUSUMA AGUNG**

**19012010335**

**ABSTRAK**

Internet saat ini sudah menjadi kebutuhan tidak kecuali masyarakat Indonesia. Menurut riset platform manajemen media sosial HootSuite dan agensi marketing sosial We Are Social bertajuk “*Global Digital Reports 2020*” hampir 64% penduduk Indonesia sudah terkoneksi dengan jaringan internet. Semakin tingginya jumlah pengguna internet di Indonesia menjadi dunia bisnis online semakin besar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Persepsi Harga dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Belanja *E-Commerce* Shopee baik pengaruh secara simultan maupun parsial.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Shopee di Surabaya yaitu berusia 17-25 tahun yang telah melakukan minimal dua kali pembelian pada e-commerce shopee. Sampel penelitian ini berjumlah 78 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel tidak berpeluang (STB). Pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner sebagai sumber data primer penelitian. Sedangkan teknik pengolahan data yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS)

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Persepsi Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan.

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

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BELANJA  
E-COMMERCE SHOPEE**

**Oleh**

**AIRLANGGA KUSUMA AGUNG**

**19012010335**

***ABSTRACT***

*The internet is now a necessity, including the Indonesian people. According to research by social media management platform HootSuite and social marketing agency We Are Social in the form of "Global Digital Reports 2020", almost 64% of Indonesia's population is connected to the internet network. The increasing number of internet users in Indonesia makes the world of online business even bigger.*

*This study aims to determine the effect of Price Perception and Customer Satisfaction variables on Customer Loyalty for Shopee E-Commerce Shopping both simultaneously and partially.*

*This type of research is quantitative. The population in this study were Shopee consumers in Surabaya, aged 17-25 years who had made at least two purchases at Shopee e-commerce. The sample of this research is 78 respondents. The sampling technique used in this study was no change sample. Collecting data using a questionnaire as a source of primary research data. While the data processing technique used is Partial Least Square (PLS).*

*Based on the results of the study it can be concluded that Price Perception has a significant positive effect on Customer Loyalty, Customer satisfaction has a positive effect on Customer Loyalty.*

***Keywords: Perceived Price , Customer Satisfaction , Customer Loyalty***