

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
PELANGGAN SHOPEE DI MOJOKERTO PADA MASA PANDEMI**

SKRIPSI



Oleh :
TIARA AJMI RISSALAH
18042010001

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

**"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN SHOPEE DI
MOJOKERTO PADA MASA PANDEMI"**

Disusun Oleh:

TIARA AJMI RISSALAH
NPM. 18042010001

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi


Menyetujui,

PEMBIMBING


Ir. Lisa Sulistyawati, M.M
NIP. 195802231987032001

Mengetahui,

DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

LEMBAR PENGESAHAN

**"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN SHOPEE DI
MOJOKERTO PADA MASA PANDEMI"**

Disusun Oleh:

TIARA AJMI RISSALAH

NPM. 18042010001

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 25 Februari 2022

Menyetujui,

Pembimbing



Ir. Lisa Sulistyawati, M.M
NIP. 195802231987032001

Tim Penguji

1. Ketua



Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

2. Sekretaris



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

3. Anggota



Ir. Lisa Sulistyawati, M.M
NIP. 195802231987032001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. E. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN SHOPEE DI MOJOKERTO PADA MASA PANDEMI”**

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan. Selesainya kegiatan penulis skripsi ini tidak lepas dari Ibu Ir. Lisa Sulityawati, M.M selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan segala perhatian dan kesabarannya serta mampu meluangkan waktunya untuk penulis. Pada kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, antara lain:

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu dan dukungannya kepada penulis.

4. Kedua orang tua penulis (Warsito dan Wiwit Witasari, S.Pd) yang tidak berhenti memberikan do'a, motivasi, semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada kakak Affan Wahyu Sugiri dan Sujati, S.Kep., Ns, serta adik Rayi Jalu Airlangga yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada keluarga besar yang telah memberikan semangat serta dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada Nasirudin Rochman dan teman-teman dekat saya Mella Ramadhani, Mustati' Uliyah, Shafta Puput Anggraini dan Eka Andriyanti yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan dan seperbimbingan yang memberikan dukungan kepada penulis.
9. Dan seluruh teman-teman seperjuangan satu jurusan S1 Administrasi Bisnis 2018 yang memberikan dukungan kepada penulis selama perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan karena keterbatasan kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat dibutuhkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Surabaya, Februari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISIiii

DAFTAR TABELviii

DAFTAR GAMBAR.....x

ABSTRAK.....xi

ABSTRACT.....xii

BAB 1 PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 9

1.3 Tujuan Penelitian 9

1.4 Manfaat penelitian..... 10

1.4.1 Manfaat Teoritis..... 10

1.4.2 Manfaat Praktis..... 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 11

2.1 Penelitian Terdahulu 11

2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Pemasaran	15
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	15
2.2.1.2 Konsep Inti Pemasaran.....	16
2.2.1.3 Fungsi-fungsi Pemasaran	21
2.2.1.4 Tujuan Pemasaran.....	23
2.2.2 Loyalitas Pelanggan	24
2.2.2.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	24
2.2.2.2 Indikator Loyalitas Pelanggan	25
2.2.2.3 Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	27
2.2.2.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	28
2.2.2.5 Aspek-aspek Loyalitas Pelanggan	34
2.2.2.6 Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan.....	34
2.2.2.7 Tahapan Pembentukan Loyalitas Pelanggan.....	35
2.2.2.8 Manfaat Loyalitas Pelanggan	38
2.2.3 Kepuasan	39
2.2.3.1 Pengertian Kepuasan.....	39
2.2.3.2 Indikator Kepuasan	40
2.2.4 Kualitas Pelayanan.....	42
2.2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	42
2.2.4.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	43
2.2.5 Harga	44
2.2.5.1 Pengertian Harga.....	44
2.2.5.2 Indikator Harga	45

2.3 Kerangka Berpikir	45
2.4 Hipotesis.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Jenis Penelitian	50
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	51
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	57
3.3.1 Populasi.....	57
3.3.2 Sampel.....	58
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	59
3.4 Teknik Pengumpulan Data	59
3.4.1 Jenis Data.....	59
3.4.2 Sumber Data	60
3.4.3 Pengumpulan Data	60
3.5 Teknik Analisis Data	61
3.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda	61
3.5.1.1 Uji Validitas	62
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	63
3.5.1.3 Uji Asumsi Klasik	64
3.6 Uji Hipotesis.....	67
3.6.1 Uji Simultan (Uji F).....	67
3.6.2 Uji Parsial (Uji T)	71
3.7 Jadwal Kegiatan	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	74
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian dan Penyajian Data.....	74

4.1.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	74
4.1.1.1	Sejarah Perusahaan.....	74
4.1.1.2	Struktur Organisasi.....	78
4.1.1.3	Sumber Daya Manusia (SDM).....	78
4.1.1.4	Visi dan Misi.....	80
4.1.2	Penyajian Data.....	80
4.1.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	80
4.1.2.2	Deskripsi Jawaban Responden.....	84
4.2	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	92
4.2.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	92
4.2.1.1	Uji Validitas.....	92
4.2.1.2	Uji Reliabilitas.....	94
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	95
4.2.2.1	Uji Normalitas.....	95
4.2.2.2	Uji Multikolinearitas.....	96
4.2.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	97
4.2.2.4	Uji Autokorelasi.....	98
4.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	99
4.2.4	Uji Hupotesis.....	101
4.2.4.1	Uji F (Simultan).....	101
4.2.4.2	Uji T (Parsial).....	103
4.3	Pembahasan.....	108
4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	108
4.3.2	Pengaruh Secara Simultan.....	111

4.3.3 Pengaruh Secara Parsial.....	113
4.3.4 Matriks Hasil Penelitian.....	120
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	123
5.1 Kesimpulan.....	123
5.2 Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA.....	125
LAMPIRAN.....	129

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Negara Pengguna E-commerce Tertinggi di Dunia.....	3
Tabel 1.2 Pertimbangan dalam Memilih Platform E-commerce	4
Tabel 1.3 10 E-commerce dengan Pengunjung Situs Bulanan Tertinggi.....	6
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	73
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	82
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	83
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian.....	84
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kepuasan (X1).....	85
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	87
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Harga (X3).....	89
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	91
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	93
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	94
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	95
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	96
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	97
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi.....	99
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	100

Tabel 4.16 Hasil Uji F (Simultan).....	102
Tabel 4.17 Hasil Uji T (Parsial).....	103
Tabel 4.18 Matriks Hasil Penelitian.....	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran	16
Gambar 2.2 Tahap Pembentukan Loyalitas	38
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	48
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	71
Gambar 3.2 Kurva Uji T	73
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	76
Gambar 4.2 Tampilan Utama Aplikasi Shopee.....	77
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Perusahaan Shopee.....	78
Gambar 4.4 Kurva Uji F.....	102
Gambar 4.5 Kurva Uji T Variabel Kepuasan (X1).....	105
Gambar 4.6 Kurva Uji T Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	106
Gambar 4.7 Kurva Uji T Variabel Harga (X3).....	107

ABSTRAK

TIARA AJMI RISSALAH, 18042010001, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Shopee di Mojokerto Pada Masa Pandemi

Penelitian ini bertujuan untuk 1) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan, kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan, 2) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan, 3) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, 4) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan.

Populasi pada penelitian ini yaitu pelanggan Shopee yang ada di Mojokerto yang dibatasi dengan kriteria tertentu. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik penarikan sampel *nonprobabili sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner melalui google form. Metode pengujian data yang digunakan yaitu Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji F dan Uji T.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa kepuasan, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

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

ABSTRACT

TIARA AJMI RISSALAH, 18042010001, Factors Affecting Shopee Customer Loyalty in Mojokerto During the Pandemic

This study aims to 1) to determine and analyze the effect of satisfaction, service quality and price on customer loyalty, 2) to determine and analyze the effect of satisfaction on customer loyalty, 3) to determine and analyze the effect of service quality on customer loyalty, 4) to determine and analyze the effect of price on customer loyalty.

The population in this study are Shopee customers in Mojokerto who are limited by certain criteria. The sample used in this study was 100 respondents using a non-probabilistic sampling technique with a purposive sampling approach. Collecting data in this study using a questionnaire via google form. The data testing methods used are Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, F Test and T Test.

Based on the results of the study, it can be seen that satisfaction, service quality, and price simultaneously have a significant effect on customer loyalty. Satisfaction partially has a significant effect on customer loyalty. Service quality partially has a significant effect on customer loyalty. Price partially has a significant effect on customer loyalty.

Keywords: Satisfaction, Service Quality, Price, Customer Loyalty