

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS  
PELANGGAN TERHADAP EKUITAS MEREK SHOPEE  
(Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Desa Kampungbaru, Kecamatan  
Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk)**

**SKRIPSI**



oleh :

**IOBAL BADRI MASHURI**

**18012010061/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2022**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS  
PELANGGAN TERHADAP EKUITAS MEREK SHOPEE**

**(Studi kasus pada pengguna shopee di Desa Kampung Baru, Kecamatan  
Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk)**

**Disusun Oleh :**

**IQBAL BADRI MASHURI**

**18012010061/FEB/EM**

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi  
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan**

**Nasional "Veteran" Jawa Timur**

**Pada Tanggal : 27 Juli 2022**

**Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Pembimbing Utama**

**Sulastrirbayuni, S.E., M.M  
NIP. 196206161989032001**

**Rizky Dermawan, S.E., M.M.  
NIP. 197210042001121001.**

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

**12 AUG 2022**

**Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.T  
NIP. 195908281990031001**

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Iqbal Badri Mashuri

NIM : 18012010061

Fakultas /Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Manajemen

Judul Skripsi/Tugas Akhir/

Tesis/Desertasi : Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Ekuitas Merek Pada Pengguna Shopee (Studi kasus di Desa Kampungbaru, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk)

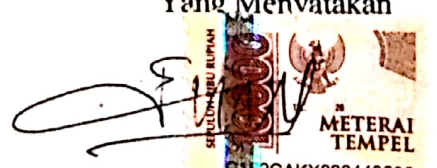
Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 1 September 2022

Yang Menyatakan

  
METERAI TEMPEL  
G11 2CAKX030449505  
( Iqbal Badri Mashuri)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rezeki ilmu dan kesehatan sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“pengaruh kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap ekuitas merek shopee (studi kasus pada pengguna shopee di Desa Kampung Baru, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk)”** secara baik dan tepat waktu. Skripsi ini ditulis dalam rangka untuk memenuhi sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam menyelesaikan skripsi ini ,penulis mendapat banyak bantuan berupa arahan, bimbingan, nasehat dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kecerdasan ilmu, kesehatan yang cukup selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr.Ir Achmad Fauzi MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional Pembangunan “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., MT selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra.Ec Sulastri Irbayuni, M.M selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Bapak Rizky Dermawan, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah meluangkan waktu ditengah-tengah kesibukan untuk membimbing dan

memberikan pengarahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

6. Seluruh Dosen dan Staff Administratif Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah membantu penulis.

7. Terima kasih kepada kedua Orang tua penulis yang tidak henti-hentinya memberikan dorongan moral, nasihat dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

8. Terima kasih kepada teman teman Manajemen dan sahabat sahabat penulis atas masukan, doa dan semangat kepada penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini.

9. Serta terima kasih kepada berbagai pihak yang tidak bisa sebutkan satu persatu.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya dan memberikan apresiasi setinggi-tinggi kepada semua pihak semoga skripsi ini dapat bermanfaat dikemudian hari dan penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna maka dari itu penulis memohon maaf sebesar-besarnya. Penulis juga berharap kritik dan saran yang bersifat membangun demi menyempurnakan skripsi ini.

Nganjuk, 2022

Iqbal Badri Mashuri

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I.....	8
1.2 Rumusan Masalah .....	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
BAB II.....	19
2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
2.2 Landasan Teori .....	22
2.2.1 Kepuasan pelanggan.....	22
A. Pengertian Kepuasan.....	22
B. Faktor-Faktor Kepuasan.....	24
C. Strategi Kepuasan Pelanggan .....	26
D. Indikator Kepuasan Pelanggan .....	28
2.2.2 Loyalitas Pelanggan .....	29
A. Pengertian Loyalitas.....	29
B. Tahapan Loyalitas .....	31
C. Indikator Loyalitas .....	32
D.Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan .....	33
2.2.3 Ekuitas Merek.....	34
A. Pengertian Ekuitas Merek .....	34
B. Manfaat Merek .....	36
C. Faktor Ekuitas Merek .....	38
D. Indikator Ekuitas Merek .....	41
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	43
2.3.1 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Ekuitas Merek .....	43
2.3.2 Pengaruh Loyalitas Pelanggan Terhadap Ekuitas Merek .....	44

2.4 Kerangka Konseptual .....	44
2.5 Hipotesis .....	45
BAB III .....	46
3.1 Operasional dan Pengukuran Variabel .....	46
3.1.1. Definisi Operasional .....	46
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	48
3.2 Teknik Penentuan Sampel .....	48
3.2.1. Populasi.....	48
3.2.2 Sampel .....	49
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.3.1 Jenis Data.....	50
3.3.2 Sumber Data .....	50
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	51
3.4 Uji Validitas dan Reabilitas.....	51
3.4.1 Uji Validitas.....	51
3.4.2 Uji Reliabilitas .....	52
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	52
3.5.1 Teknik Analisis .....	52
3.5.2 Cara Kerja PLS .....	53
3.5.3 Model Spesifikasi PLS.....	54
3.5.4 Langkah-Langkah PLS .....	54
3.5.5 Asumsi PLS .....	63
3.5.6 Uji Hipotesis .....	64
DAFTAR PUSTAKA .....	88
LAMPIRAN .....	92
Lampiran 1. Kuesioner .....	92

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	42
Gambar 3.1 Peta Jalan .....	55
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	66



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 prestasi dan penghargaan Shopee.....	9
Tabel 1.2 Top <i>E-commerce</i> di Indonesia.....	10
Tabel 3.1 Pengukuran Tabel Kelas Interval .....	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4.2 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan.	68
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan..	70
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Ekuitas Merek.....	72
Tabel 4.5 <i>Outer Loading</i> antara Indikator dengan Variabel.....	76
Tabel 4.6 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	77
Tabel 4.7 Validitas Diskriminan.....	78
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas.....	79
Tabel 4.9 Uji Ketepatan Model.....	79
Tabel 4.10 Pengujian Langsung.....	81

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	67
----------------------------	----

# **Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Ekuitas Merek Shopee**

**IQBAL BADRI MASHURI**

**18012010119/FEB/EM**

## **Abstrak**

Naskah ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap ekuitas merek shopee. Shopee mengalami penurunan pada kuartal 1 2021 hingga kuartal 2 2021, hal ini menyebabkan brand shopee berada di urutan nomer 2 dibawah Tokopedia dalam *Top E-commerce* di Indonesia. Guna mendekati permasalahan tersebut digunakan acuan teori Surachman, (2008) yang menyatakan Merek merupakan salah satu faktor penting dalam kegiatan pemasaran, karena merupakan kegiatan memperkenalkan dan menawarkan produk atau jasa tidak terlepas dari merek yang dapat diandalkan, hal ini berarti bahwa merek tidak berdiri sendiri, merek harus sesuai dengan komponen proses pemasaran lainnya. Data data dikumpulkan melalui metode pengumpulan data penyebaran kuisisioner dan dianalisis secara kuantitatif dengan Partial Lest Square (PLS) dan kualitatif. Kajian ini menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan memiliki pengaruh secara langsung yang signifikan dan positif terhadap ekuitas merek shopee.

**Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Ekuitas Merek**