

**ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, PENGALAMAN PENGGUNA,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PENGGUNA SHOPEE DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

Achmad Rafinsyah

NPM. 20042010213

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

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, PENGALAMAN PENGGUNA,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PENGGUNA SHOPEE DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

Achmad Rafinsyah

NPM. 20042010213

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

Nurul Azizah S.AB.,M.AB

NPT. 17219910501002

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, PENGALAMAN
PENGGUNA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA SHOPEE DI SURABAYA**

Disusun Oleh:

ACHMAD RAFINSYAH
NPM. 20042010213


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 21 Juni 2024

Menyetujui,

PEMBIMBING

TIM PENGUJI

1. Ketua



Nurul Azizah, S.AB., M.AB

NPT. 17219910501002


Dr. Drs. Nurhadi, M.Si


NIP. 196902011994031001

2. Sekretaris


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si

NIP. 370119500421

3. Anggota


Nurul Azizah, S.AB., M.AB

NPT. 17219910501002

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Achmad Rafinsyah

NIM : 20042010213

Fakultas / Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Administrasi Bisnis

Judul : ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, PENGALAMAN PENGGUNA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA SHOPEE DI SURABAYA.

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 disetujui 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 dikemudian 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 Juli 2024

Yang Menyatakan



Achmad Rafinsyah

NPM.20042010213

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur atas keberadaan Tuhan yang Maha Esa, serta berkat dan anugerah-Nya yang telah memungkinkan saya untuk menyelesaikan tesis saya dengan judul “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Pengalaman Pengguna, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Shopee di Surabaya”.

Penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Nurul Azizah S.AB,.MAB selaku dosen pembimbing dalam penulisan penelitian skripsi penulis. Beliau telah memberikan waktu, tenaga, dan pemikirannya dengan baik dalam memberikan bimbingan, petunjuk, serta memberikan semangat kepada penulis. Selain itu penulis juga ingin mengungkapkan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.A., M.M selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Keluarga, orang tua, dan saudara yang selalu mendoakan dan memberikan semangat demi kesuksesan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Serta teman-teman Administrasi Bisnis Angkatan tahun 2020 yang selalu ada dan memberikan motivasi satu sama lain sehingga penulis sanggup mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa terdapat sejumlah kelemahan dan ketidaksempurnaan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, sangat penting untuk menerima kritik, saran dan masukan konstruktif dari berbagai pihak. Diharapkan bahwa proposal penelitian ini dapat memberikan pengetahuan, bukan hanya bagi penulis tetapi juga bagi pembaca dan setiap individu yang terlibat.

Surabaya, Juni 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II Tinjauan Pustaka	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Pemasaran	13
2.2.2 E-commerce	17
2.2.3 Kepercayaan	21
2.2.4 Pengalaman Pengguna	24
2.2.5 Kualitas Pelayanan	28
2.2.6 Kepuasan Konsumen	31
2.3 Hubungan antar Variabel	34
2.3.1 Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen	34
2.3.2 Pengaruh Pengalaman Pengguna terhadap Kepuasan Konsumen	34
2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	34
2.4 Kerangka Berfikir	35
2.5 Hipotesis	36
BAB III Metode Penelitian	38
3.1 Jenis Penelitian	38
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
3.2.1 Definisi Operasional	38
3.2.2 Pengukuran Variabel	40

3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	41
3.3.1	Populasi.....	41
3.3.2	Sampel.....	42
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel.....	43
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.4.1	Sumber Data.....	44
3.4.2	Metode Pengumpulan Data.....	45
3.5	Teknik Analisis Data.....	45
3.5.1	Uji Keabsahan Data.....	45
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	47
3.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
3.5.4	Uji Hipotesis.....	50
3.6	Jadwal Penelitian.....	52
Bab IV Hasil dan Pembahasan.....		55
4.1	Gambaran Umum.....	55
4.1.1	Profil E-commerce Shopee.....	55
4.1.2	Logo Perusahaan.....	54
4.2	Deskripsi Data.....	55
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	58
4.2.5	Karakteristik Jawaban Responden.....	59
4.3	Hasil Uji Keabsahan Data.....	63
4.3.1	Uji Validitas.....	63
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	65
4.4.2	Uji Multikolonieritas.....	67
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	68
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
4.6	Hasil Uji Hipotesis.....	71
4.6.1	Uji T.....	71
4.6.2	Uji F.....	72
4.6.3	Koefisien Determinasi (R ²).....	73

4.7 Pembahasan	74
4.7.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Shopee di Surabaya	74
4.7.2 Pengaruh Pengalaman Pengguna terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna E-commerce Shopee di Surabaya	75
4.7.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna E-commerce Shopee di Surabaya	76
4.7.4 Pengaruh Kepercayaan, Pengalaman Pengguna, dan Kualitas Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna E-commerce Shopee di Surabaya	77
4.8 Matrix Penelitian	83
Bab V Kesimpulan dan Saran	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	85
Daftar Pustaka	87
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Linkert	41
Tabel 3. 2 Tingkat Reliabilitas	47
Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian	52
Tabel 4. 1 Deskripsi Data	55
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	57
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	58
Tabel 4. 6 Variabel Kepercayaan (X1)	59
Tabel 4. 7 Variabel Pengalaman Pengguna	60
Tabel 4. 8 Variabel Kualitas Pelayanan	61
Tabel 4. 9 Variabel Kepuasan Konsumen	63
Tabel 4. 10 Uji Validitas	64
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas	65
Tabel 4. 12 Uji Normalitas	66
Tabel 4. 13 Uji Multikolonieritas	67
Tabel 4. 14 Tabel Analisis Regresi Linier Berganda	69
Tabel 4. 15 Uji T	71
Tabel 4. 16 Uji F	72
Tabel 4. 17 Koefisien Determinasi	73
Tabel 4. 18 Matrix Penelitian	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peta Persaingan E-commerce di Indonesia pada Kuartal IV 2022	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir	36
Gambar 3. 1 Jumlah Ulasan dan Penilaian Shopee di App Store	42
Gambar 4. 1 Logo Shopee.....	54
Gambar 4. 2 Uji Heteroskedastisitas	68
Gambar 4. 3 Kerangka Berfikir Hasil Hipotesis	79

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisa pengaruh kepercayaan pengguna serta kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen sehingga meningkatkan kepuasan pengguna e-commerce Shopee di Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan adanya pendekatan survei. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria responden yaitu masyarakat kota Surabaya yang pernah menggunakan e-commerce Shopee minimal satu kali. Teknik pengambilan sampel diabsahkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 150 responden dengan jumlah populasi yaitu pengguna aktif e-commerce Shopee di kota Surabaya yang berjumlah 1,3 juta berdasarkan data ulasan dan penilaian e-commerce Shopee di Appstore. Dalam penelitian ini dilakukan Teknik analisis data dengan adanya uji keabsahan data yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas dan didukung oleh uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan data dapat digunakan dalam penelitian. Analisis data regresi linier berganda digunakan sebagai teknik analisis data dengan tujuan untuk mengetahui keterikatan masing-masing variabel independen dan dependen. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel pengalaman pengguna dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan secara simultan kepercayaan, pengalaman pengguna, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kepercayaan, Pengalaman Pengguna, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This research aims to analyze and demonstrate the relationship between trust, user experience, and service quality with user satisfaction on the Shopee platform in Surabaya. The research method employed is descriptive quantitative with a survey approach. The study uses purposive sampling with respondent criteria being residents of Surabaya who have used Shopee e-commerce at least once. The sampling technique was validated through a questionnaire distributed to 150 respondents, with the population being the 1.3 million active Shopee e-commerce users in Surabaya, based on review and rating data from the Appstore. Data analysis techniques in this study include data validity and reliability tests, supported by classical assumption tests encompassing normality tests, multicollinearity tests, and heteroscedasticity tests to ensure the data is suitable for research purposes. Multiple linear regression analysis was used as the data analysis technique to determine the relationship between each independent and dependent variable. The results of this study partially indicate that the trust variable does not have a significant effect on consumer satisfaction, while user experience and service quality variables have a significant effect on consumer satisfaction. Simultaneously, trust, user experience, and service quality significantly influence consumer satisfaction.

Keywords : *Trust, User Experience, Service Quality, User Satisfaction*