

**PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN KEPUASAN  
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
(STUDI KASUS PENGGUNA *E-COMMERCE* SHOPEE DI  
JAKARTA TIMUR)**

***INFLUENCE OF CUSTOMER VALUE AND CUSTOMER  
SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY  
(CASE STUDY OF SHOPEE E-COMMERCE USERS IN EAST  
JAKARTA)***

Oleh :  
**Adinda Permata Dewi**  
2017410163

**SKRIPSI**

Untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen

Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA**

**2021**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN KEPUASAN  
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

**(Studi kasus : Pengguna *E-Commerce* Shopee di Jakarta Timur)**

***INFLUENCE OF CUSTOMER VALUE AND CUSTOMER  
SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY***

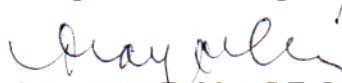
***(CASE STUDY : OF E-COMMERCE SHOPEE USERS IN EAST  
JAKARTA)***

Oleh :

**Adinda Permata Dewi  
2017410163**


**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian memperoleh gelar Sarjan dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen Pada tanggal tertera dibawah ini Jakarta, 09 Agustus 2021 dengan nilai B+




**Dian Anggraeny Rahim, S.E, M.Si**

**Dosen Pembimbing**



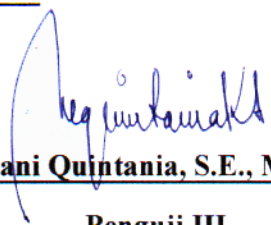
**Dr. Firsan Nova, S.E., M.M**

**Penguji I**



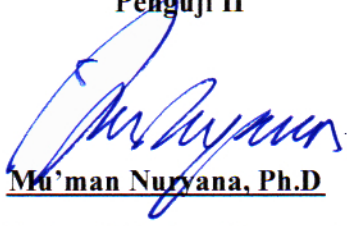
**Ellena Nurfazria H., S.E, M.M**

**Penguji II**



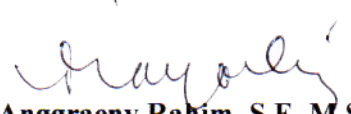
**Melani Quintania, S.E., M.Pd**

**Penguji III**



**Mu'man Nuryana, Ph.D**

**Dekan Fakultas Ekonomi**



**Dian Anggraeny Rahim, S.E, M.Si**

**Ketua Program Studi**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Adinda Permata Dewi

NIM : 2017410163

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul “**Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus : Pengguna E-Commerce Shopee Di Jakarta Timur)**”, yang dibimbing oleh Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun menyalin sebagian dari hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggungjawabkan.

Jakarta, 09 Agustus 2021



Adinda Permata Dewi

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan dan kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (Studi Kasus Pengguna *E-Commerce* Shopee di Jakarta Timur). Penelitian ini menggunakan data berupa data primer yang diperoleh dari data penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden yang merupakan orang-orang yang berusia di atas 17 tahun yang pernah berbelanja di *E-Commerce* Shopee sebanyak 3 kali dalam (6 bulan terakhir) melalui aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta timur. Teknik sampel yang digunakan adalah *nonprobability Sampling* dan cara pengambilan sampelnya dengan menggunakan *Purposive Sampling* dengan tingkat signifikansi 0,05. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda didalamnya terdapat Uji signifikan simultan (Uji F), Uji Parsial (Uji T) dan Uji koefisien ( $R^2$ ) yang dilakukan sebagai persyaratan statistik dan diolah menggunakan SPSS 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan pengaruh sebesar 39%. Setiap penambahan 1% nilai pelanggan (X1) maka loyalitas pelanggan (Y) akan bertambah sebesar 0,304 dan setiap penambahan 1% kepuasan pelanggan (X2) maka loyalitas pelanggan (Y) pula akan bertambah sebesar 0,625. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa 1.) nilai pelanggan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) 2.) Kepuasan pelanggan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) serta 3.) nilai pelanggan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Kata Kunci : Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of customer value and customer satisfaction on customer loyalty (Case Study of Shopee E-Commerce Users in East Jakarta). This study uses data in the form of primary data obtained from questionnaires distributed data as many as 100 respondents who are people aged over 17 years who have shopped at E-Commerce Shopee 3 times in the last (6 months) through the Shopee application in the Jakarta area. East. The sampling technique used is non-probability sampling and the sampling method is using purposive sampling with a significance level of 0.05. The analytical tool used is Multiple Linear Regression Analysis in which there is a simultaneous significant test (F test), partial test (T test) and coefficient test (R<sup>2</sup>) which is carried out as a statistical requirement and processed using SPSS 25.*

*The results of this study indicate that customer value and customer satisfaction on customer loyalty with an effect of 39%. For every 1% addition of customer value (X1), customer loyalty (Y) will increase by 0.304 and for every 1% addition of customer satisfaction (X2), customer loyalty (Y) will also increase by 0.625. The regression coefficient is positive, so it can be said that 1.) customer value (X1) has a positive and significant effect on customer loyalty (Y) 2.) Customer satisfaction (X2) has a positive and significant effect on customer loyalty (Y) and 3. ) customer value (X1) and customer satisfaction (X2) have a positive and significant effect on customer loyalty (Y).*

*Keywords: Customer Value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Proposal Skripsi yang berjudul “ **PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS : PENGGUNA *E-COMMERCE* SHOPEE DI JAKARTA TIMUR)**”.

Penulis menyadari sepenuhnya dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan mempunyai banyak kesalahan. Banyak kesulitan yang dihadapi, karena terbatasnya pengalaman dan kemampuan dalam pembuatannya. Penulis berharap kepada pembaca agar dapat memberikan masukan dan sarannya yang diperlukan memperbaiki skripsi dapat selesai dengan maksimal. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam bimbingan, dukungan serta doa kepada penulis dalam penulisan skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

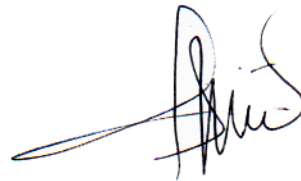
1. Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran penulis mampu membuat proposal skripsi ini.
2. Ibu Melani Quintania, S.E., M.Pd, selaku dosen Pembimbing Akademik saya yang senantiasa memberikan bimbingan, saran, dan bantuan kepada penulis dalam penyusunan proposal skripsi.
3. Ibu Dian Anggraeny Rahim, SE., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Darma Persada.

4. Bapak Ir. Mu'man Nuryana Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Bapak Dr. Firsan Nova, S.E, M.M, Selaku Dosen Pembimbing Akademis sekaligus sebagai panutan penulis dalam bidang akademis maupun kehidupan.
6. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang luar biasa selama proses belajar perkuliahan. Terimakasih banyak atas ilmu-ilmu yang diberikan.
8. Kedua orang tua serta keluarga saya yang senantiasa memberikan inspiratif, cinta, jerih payah dan doa yang luar biasa tiada hentinya untuk keberhasilan saya.
9. Ka Mega Geo Tirta dan Barly Wicaksono yang luar biasa telah memberikan bimbingan dan membantu saya untuk terus melanjutkan pendidikan hingga Sarjana.
10. Ka Akbar Rahmat Ramadhan, kakak terhebat saya yang sudah rela bekerja keras demi membantu saya dalam melanjutkan pendidikan.
11. Untuk sahabat saya Wildan Arizia yang telah membantu, menyemangati dan mendampingi saya untuk berjuang bersama selama kuliah.
12. Untuk grup Paridams : Aliya, Disti, dan Mae yang selalu menemani dan memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
13. Untuk teman grup Wisuda 2021: Aisyah, Anggi, Syifa, Soraya, Herlin, Indah, Devi, Sherly dan Dhini atas pengalaman yang berharga yang telah membantu, menghibur, menyemangati dan berjuang bersama selama kuliah.

14. Untuk teman - teman sepembimbingan terutama Ulfa, Indrika, Ari, Fawwaz, Ka Nandez, Indah, Ka syifa, Dhini yang telah membantu dan berjuang bersama.
15. Kepada seluruh temen saya angkatan 2017 jurusan manajemen, yang telah membantu selama kuliah.
16. Untuk semua teman - teman Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa hormat penulis karena selalu mendukung dan selalu memotivasi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
17. Terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat selesai dengan baik.

Demikian penulisan skripsi ini dibuat. Terima kasih atas segala bantuan dan bimbingannya selama ini, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 09 Agustus 2021



Adinda Permata Dewi



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PENYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah.....	21
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	21
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	23
1.2.3 Rumusan Masalah.....	23
1.3 Tujuan Penelitian.....	23

1.4 Kegunaan Penelitian.....	24
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>26</b>
2.1 Landasan Teori.....	26
2.2 Manajemen Pemasaran.....	26
2.3 Nilai Pelanggan.....	27
2.3.1 Karakteristik Nilai Pelanggan.....	28
2.3.2 Dimensi Nilai Pelanggan.....	29
2.4 Kepuasan Pelanggan.....	31
2.4.1 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	32
2.5 Loyalitas Pelanggan.....	32
2.5.1 Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	33
2.5.2 Manfaat Loyalitas Pelanggan.....	34
2.5.3 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	35
2.6 <i>E-Commerce</i> .....	35
2.6.1 Jenis-jenis <i>E-Commerce</i> .....	36
2.6.2 Manfaat <i>E-Commerce</i> .....	39
2.6.3 Kelebihan <i>E-Commerce</i> .....	42
2.6.4 Kekurangan <i>E-Commerce</i> .....	43

2.7	Landasan Empiris.....	43
2.8	Kerangka Pemikiran.....	50
2.9	Hipotesis Penelitian.....	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>52</b>
3.1	Metode Yang Digunakan.....	52
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian.....	53
3.2.1	Waktu Penelitian.....	53
3.2.2	Tempat Penelitian.....	53
3.3	Operasional Variabel.....	53
3.4	Sumber dan Cara Penentuan Data.....	60
3.4.1	Jenis dan Sumber Data.....	60
3.4.2	Populasi dan Sampel.....	60
3.4.3	Teknik Sampling.....	62
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.6	Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	67
3.6.1	Uji Keabsahan Data.....	67
3.6.1.1	Uji Validitas.....	67
3.6.1.2	Uji Reabilitas.....	68

3.7 Uji Asumsi Klasik.....	70
3.7.1 Uji Normalitas.....	70
3.7.2 Uji Heterokedastisitas.....	71
3.7.3 Uji Multikolinieritas.....	71
3.7.4 Uji Autokorelasi.....	71
3.8. Alat Analisis Data.....	72
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
3.8.2 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	74
3.9 Pengujian Hipotesis.....	74
3.9.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	75
3.9.2 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F).....	76
3.9.3 Uji Parsial (Uji-t).....	76
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>78</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	78
4.1.1 Profil Perusahaan.....	78
4.1.2 Logo Perusahaan.....	79
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	79
4.1.4 Produk dan Layanan.....	80

4.2 Jumlah Responden Yang Mengembalikan Kuesioner.....	81
4.3 Hasil Penelitian.....	82
4.3.1 Perhitungan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
4.3.2 Perhitungan Responden Berdasarkan Usia.....	83
4.3.3 Perhitungan Responden Berdasarkan Pendidikan.....	84
Terakhir.....	84
4.3.4 Perhitungan Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	85
4.3.5 Perhitungan Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	86
Perbulan.....	86
4.3.6 Perhitungan Responden Berdasarkan Domisili.....	87
4.3.7 Perhitungan Responden Berdasarkan Keterangan.....	88
Berbelanja Di <i>E-Commerce</i> Shopee.....	88
4.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	90
4.4.1 Nilai Pelanggan.....	90
4.4.2 Kepuasan Pelanggan.....	96
4.4.3 Loyalitas Pelanggan.....	102
4.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	109
4.5.1 Hasil Uji Validitas.....	109

4.5.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	112
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	114
4.6.1 Uji Normalitas.....	114
4.6.2 Uji Heterokedastisitas.....	115
4.6.3 Uji Multikolinieritas.....	116
4.6.4 Uji Autokorelasi.....	118
4.7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	118
4.7.1 Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan.....	118
Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	118
4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana.....	123
4.8.1 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap.....	123
Loyalitas Pelanggan.....	123
4.8.2 Penagruh Kepuasan Pelanggan Terhadap.....	125
Loyalitas Pelanggan.....	125
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>125</b>
5.1 Kesimpulan.....	125
5.2 Saran.....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>128</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rating Pengguna <i>E-Commerce</i> .....	11
Tabel 1.2 Daftar Keluhan Konsumen <i>E-commerce</i> Shopee.....	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	55
Tabel 3.2 Skala Likert.....	65
Tabel 4.1 Jumlah Responden yang Mengembalikan Kuesioner.....	81
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	83
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	84
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	85
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	86
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Wilayah Jakarta Timur.....	87
(Kecamatan).....	87
Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Keterangan Berbelanja di.....	89
<i>E-Commerce</i> Shopee.....	89
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 1.....	90
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 2.....	91

Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 3.....	92
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 4.....	93
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 5.....	93
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 6.....	94
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 7.....	95
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 8.....	96
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 1.....	97
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 2.....	98
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 3.....	98
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 4.....	100
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 5.....	100
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 6.....	101
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 7.....	101
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 8.....	102
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 1.....	103
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 2.....	104
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 3.....	105
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 4.....	105



Tabel 4.29	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 5.....	106
Tabel 4.30	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 6.....	107
Tabel 4.31	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 7.....	107
Tabel 4.32	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 8.....	108
Tabel 4.33	Validitas Variabel Nilai Pelanggan, Kepuasan.....	109
	Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.....	109
Tabel 4.34	Reliabilitas Variabel Nilai Pelanggan.....	112
Tabel 4.35	Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	113
Tabel 4.36	Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	113
Tabel 4.37	Hasil Uji Normalitas dengan <i>Kolmogorov Smirnov</i> .....	114
Tabel 4.38	Hasil uji Multikolinieritas.....	117
Tabel 4.39	Uji Autokorelasi.....	118
Tabel 4.40	Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Nilai Pelanggan.....	119
	Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	119
Tabel 4.41	Hasil Uji F Perhitungan ANOVA .....	121
Tabel 4.42	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	121
Tabel 4.43	Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Nilai Pelanggan.....	123
	Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	123

Tabel 4.44 Hasil Koefisien Nilai Pelanggan Terhadap.....	123
Loyalitas Pelanggan.....	123
Tabel 4.45 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Kepuasan Pelanggan.....	125
Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	125
Tabel 4.46 Hasil Koefisien Kepuasan Pelanggan Terhadap.....	126
Loyalitas Pelanggan.....	126



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Pengunjung Shopee Terbesar di Indonesia.....	3
Gambar 1.3 10 <i>E-Commerce</i> Dengan Pengunjung.....	7
Situs Bulanan Tertinggi.....	7
Gambar 1.4 <i>Traffic Visits</i> Situs Web Shopee.....	8
Gambar 1.5 <i>Traffic Visits</i> Situs Web Shopee.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	50
Gambar 3.1 Model Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	79
Gambar 4.2 Grafik P-Plot Uji Normalitas Data.....	115
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	116

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	132
Lampiran 2 Data Profil Responden Kuesioner Penelitian.....	143
Lampiran 3 Tabulasi Data Kueisioner Penelitian.....	152
Lampiran 4 Uji Valliditas.....	154
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	160
Lampiran 6 Hasil Output Analisis Linier Berganda dan Sederhana.....	161
Lampiran 7 Distribusi Nilai Tabel Durbin Watson.....	166
Lampiran 8 R Tabel.....	167
Lampiran 9 Distribusi Nilai Tabel F.....	169
Lampiran 10 T Tabel.....	170
Lampiran 11 Bukti Penyebaran Kuesioner.....	172
Lampiran 12 Catatan Kegiatan Konsultasi.....	174
Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup.....	175