

**PENGARUH PENGALAMAN BELANJA *ONLINE* DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PENGGUNA *E-COMMERCE* SHOPEE**

(Studi kasus pengguna e-commerce Shopee di Bekasi)

***THE INFLUENCE OF ONLINE SHOPPING EXPERIENCE AND
EASY OF USE ON CONSUMER SATISFACTION OF E-
COMMERCE SHOPEE***

(Case study of Shopee e-commerce users in Bekasi)

Oleh:

Herlin Kalisyah

2017410009

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi
Manajemen pada Universitas Darma Persada**



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

2021

LEMBAR PENYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Herlin Kalisyah

Nim : 2017410009

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **Pengaruh Pengalaman Belanja Online dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna E-commerce Shopee di Bekasi**

Dengan ini menyatakan bahwa karya ditulis dengan judul Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kemudahan Penggunaan Pada Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna E-commerce Shopee (Studi Kasus Pengguna E-commerce Shopee Di Bekasi), yang dibimbing oleh Bapak Dr. Firsan Nova 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 mempertanggung jawabkan.



Herlin. Kalisyah

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Herlin Kalisyah

Nim : 2017410009

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **Pengaruh Pengalaman Belanja Online dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna E-commerce Shopee di Bekasi**

Telah diperiksa dan disetujui untuk disajikan dan diujikan dihadapan panitia pengujian skripsi.

Jakarta, 27 Juli 2021

Mengetahui,

Menyetujui,

Dian Anggraeny Rahim, SE., M.Si

Dr. Firsan Nova

**PENGARUH PENGALAMAN BELANJA *ONLINE* DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA *E-
COMMERCE SHOPEE***

(Studi kasus pengguna *e-commerce* Shopee di Bekasi)

***THE INFLUENCE OF ONLINE SHOPPING EXPERIENCE AND EASY OF
USE ON CONSUMER SATISFACTION OF E-COMMERCE SHOPEE***

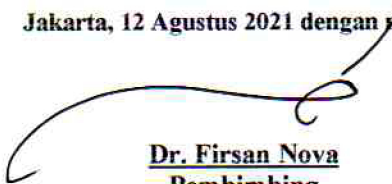
(A Case study of Shopee e-commerce users in Bekasi)


**Oleh:
Herlin Kalisyah
2017410009**


SKRIPSI


**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada Telah disetujui oleh
Tim Penguji pada tanggal tertera di bawah ini**

Jakarta, 12 Agustus 2021 dengan nilai B-



**Dr. Firsan Nova
Pembimbing**


**Drs. Fauzi Baisyir, MM
Penguji I**


**Resa Nurlaela A., SE, MM
Penguji II**


**Dr. Firsan Nova
Penguji III**


**Muzman Nuryana, Ph.D
Dekan Fakultas Ekonomi**


**Dian A. Rahim SE, M.Si
Ketua Jurusan Manajemen**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pengalaman Belanja Online (X1) dan Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pengguna E-commerce Shopee. Penelitian ini menggunakan data berupa primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner berupa Google form. Jumlah kuesioner sebanyak 100 responden yang merupakan orang yang pernah berbelanja di E-commerce Shopee minimal 3 kali dlm 3 bulan terakhir dan berada di wilayah Bekasi. Teknik Sampel yang digunakan adalah non probability sampling dan cara pengambilan sampelnya dengan menggunakan purposive sampling dengan tingkat sig 0,05. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh kuantitatif meliputi uji validitas dan reabilitas, uji hipotesis lewat uji F dan uji T serta uji analisis koefisien determinasi (R^2) dan uji asumsi. Alat analisis yang digunakan adalah Analisa Regresi Berganda dan diolah menggunakan SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Pengalaman Belanja Online berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan nilai 0,649, (2) Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dibuktikan dengan nilai 0,554 serta (3) Pengalaman Belanja Online dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dibuktikan dengan nilai 0,691. Setelah diketahui maka pengaruh pengalaman belanja online dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama (simultan) memiliki nilai pengaruh terbesar terhadap kepuasan konsumen pengguna E-commerce Shopee dibandingkan secara parsial

Kata Kunci : Pengalaman Belanja Online, Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Online Shopping Experience (X1) and Ease of Use (X2) on the goals of Consumers (Y) of Shopee E-commerce users. This study uses primary data obtained from distributing questionnaires in the form of Google forms. The number of questionnaires is 100 respondents who are people who have shopped at E-commerce Shopee at least 3 times in the last 3 months and are in the Bekasi area. The sampling technique used is non-probability sampling and the sampling method is using purposive sampling with a sig level of 0.05. Then an analysis of the data obtained includes validity and reliability tests, hypothesis testing through the F test and T test as well as the coefficient of determination analysis test (R^2) and the assumption test. The analytical tool used is Multiple Regression Analysis and processed using SPSS 26

The results show that (1) Online Shopping Experience has a positive and significant effect on consumer satisfaction as evidenced by a value of 0.649, (2) Ease of Use has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction as evidenced by a value of 0.554 and (3) Online Shopping Experience and Ease of Use have a positive effect. and significant to Consumer Satisfaction as evidenced by the value of 0.691. After it is known that the effect of online shopping experience and ease of use together (simultaneously) has the greatest influence value on consumer satisfaction of Shopee E-commerce users compared to partially.

Keywords: Online Shopping Experience, Ease of Use, Consumer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur kepada Tuhan yang maha esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan yang berjudul **“PENGARUH PENGALAMAN BELANJA *ONLINE* DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA *E-COMMERCE SHOPEE*”** sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar S.M.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena, itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Firsan Nova selaku pembimbing penulisan proposal skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan proposal skripsi ini.
2. Ibu Dra. Endang Tri Pujiastuti, M.M, selaku dosen Pembimbing Akademik.
3. Ibu Dian Anggraeny Rahim, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Darma Persada.
4. Bapak Mu'man Nuryana Ph.d selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu proses belajar selama masa perkuliahan
6. Seluruh staff Sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
7. Mama yang telah banyak memberikan dukungan dan pengorbanan baik secara moril maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik dan lulus dengan tepat waktu.
8. Penulis ucapkan terimakasih kepada semua sahabat selama kuliah di Universitas Darma Persada: Dyanti, Shafira, Friska, Erni, Chika, Rosa, Sarah, Chelsea dan lain-lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu tanpa mengurangi rasa sayang.
9. Teman seperbimbingan Shafira yang telah berjuang bersama dan saling menguatkan untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.
10. Terimakasih kepada diri sendiri yang telah semangat sampai tahap ini dan masih berjuang untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.
11. Seluruh teman-teman angkatan 2017 jurusan Manajemen, yang memberikan masukan kepada penulis sehingga proposal skripsi ini dapat diselesaikan.

Demikian proposal skripsi ini dibuat, penulis berharap ALLAH SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga proposal skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan,

Jakarta, 9 Agustus 2021

Herlin Kalisyah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRACK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Pembahasan Perumusan Masalah	17
1.2.1 Identifikasi Masalah	17
1.2.2 Pembahasan Masalah	18
1.2.3 Perumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Kegunaan Penelitian	19
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN ..	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 Manajemen Pemasaran	19
2.1.2 Pengalaman Belanja.....	20
2.1.3 Kemudahan Penggunaan	22
2.1.4 Kepuasan Konsumen	23
2.1.5 <i>E-Commerce</i>	24
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran	29
2.4 Hipotesis Penelitian	31

BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Metode yang Digunakan	32
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	32
3.3 Operasional Variabel	33
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data	37
3.4.1 Lokasi Penelitian	37
3.4.2 Jenis dan Sumber Data	37
3.4.3 Cara Penentuan Data	39
3.4.4 Teknik Sampling	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data	40
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	42
3.6.1 Rancangan Analisis	42
3.6.2 Alat dan Analisis	44
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	48
3.6.4 Uji Hipotesis	50
BAB IV HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN DAN PEMECAHAN MASALAH	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1 Sejarah Perusahaan	52
4.2 Jumlah Responden	54
4.3 Hasil Penelitian Karakteristik/Profil Responden	54
4.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel	60
4.5 Hasil Uji Validitas	88
4.6 Hasil Uji Reabilitas	94
4.7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	95
4.8 Hasil Uji Multikolinieritas	98
4.9 Hasil Uji Autokorelasi.....	99
4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	99
4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	101

4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana.....	104
4.13 Hasil Uji F.....	108
4.14 Hasil Uji T.....	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	111
5.1 Kesimpulan	111
5.2 Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN	116

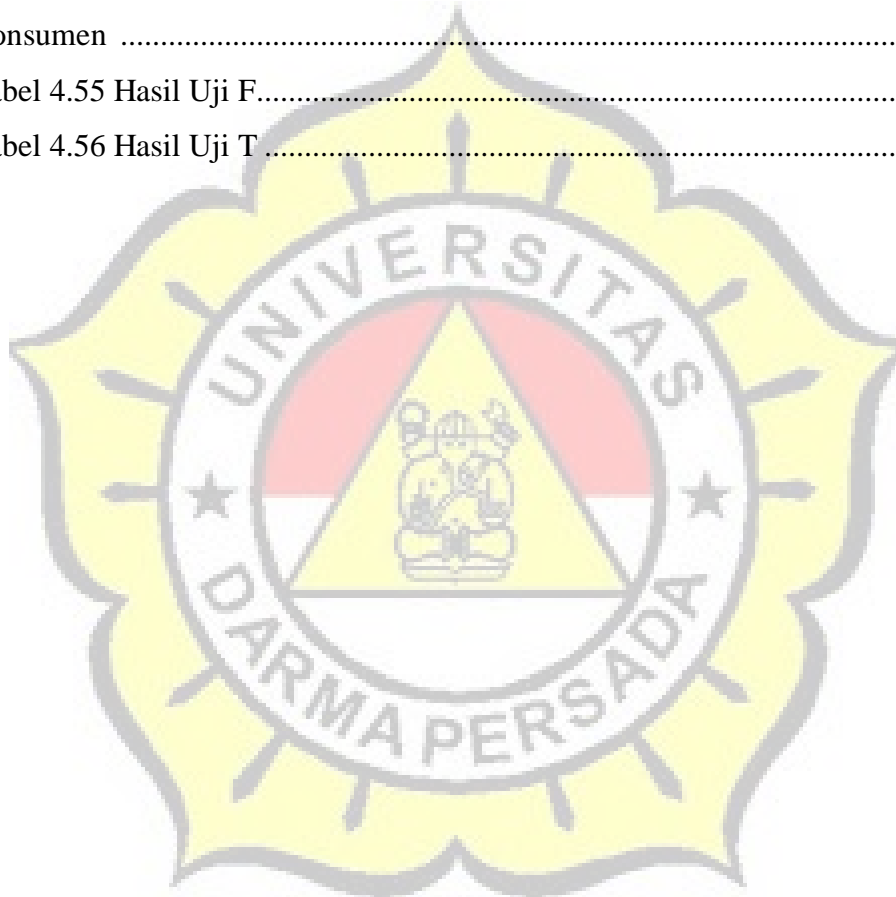


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rating <i>E-commerce</i>	2
Tabel 1.2 Review Konsumen Pengguna <i>E-commerce</i> Shopee	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 3.2 Skala <i>likert</i>	41
Tabel 3.3 Koefisien Determinasi R^2	46
Tabel 3.4 Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi	49
Tabel 4.1 Jumlah Responden Yang Mengisi Kuesioner.....	54
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Alamat Domisili.....	55
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	59
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 1.....	60
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 2	61
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 3	62
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 4	63
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 5	64
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 6	64
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 7	65
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 8	66
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 9	67
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 10	68
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 11	69
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 12	70
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 13	70
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 14	71

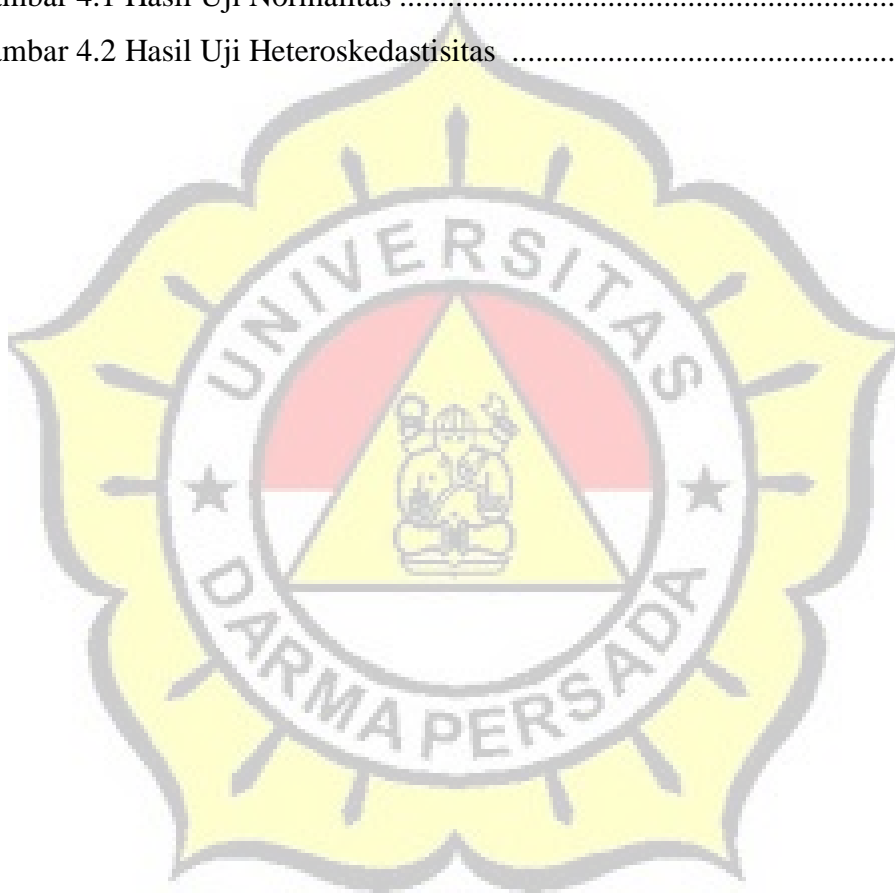
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 15	72
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 1.....	73
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 2	74
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 3	75
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 4	75
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 5	76
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 6	77
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 7	78
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 8	78
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 9	79
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 1.....	80
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 2	81
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 3	82
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 4	83
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 5	84
Tabel 4.37 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 6	85
Tabel 4.38 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 7	85
Tabel 4.39 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 8	86
Tabel 4.40 Tanggapan Responden Pada Pernyataan 9	87
Tabel 4.41 Hasil Uji Validitas Pengalaman Belanja Online.....	88
Tabel 4.42 Hasil Uji Validitas Kemudahan Penggunaan.....	91
Tabel 4.43 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	93
Tabel 4.44 Uji Reabilitas Pengalaman Belanja Online, Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Konsumen	94
Tabel 4.45 Hasil Uji Normalitas	97
Tabel 4.46 Hasil Uji Multikolinieritas	98
Tabel 4.47 Hasil Uji Autokorelasi	99
Tabel 4.48 Hasil Uji Gledzer	101
Tabel 4.49 Hasil Koefisien Determinasi R^2	102
Tabel 4.50 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	102

Tabel 4.51 Hasil Koefisien Determinasi Pengalaman Belanja Online Terhadap Kepuasan Konsumen	105
Tabel 4.52 Hasil Koefisien Pengalama Belanja Online Terhadap Kepuasan Konsumen	105
Tabel 4.53 Hasil Koefisien Determinasi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen	106
Tabel 4.54 Hasil Koefisien Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen	107
Tabel 4.55 Hasil Uji F.....	108
Tabel 4.56 Hasil Uji T	110



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Aktivitas <i>E-Commerce</i> Indonesia	2
Gambar 1.2 Peta <i>E-Commerce</i> Indonesia	4
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	95
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	98



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	117
Lampiran 2 Daftar Profil Respdn	126
Lampiran 3 Tabulasi Data	128
Lampiran 4 Hasil Output Regresi Linear dan Sederhana	134
Lampiran 5 T table	137
Lampiran 6 F table	142
Lampiran 7 R table	148
Lampiran 8 Bukti Penyebaran Kuesioner	149
Lampiran 9 Catetan Kegiatan Konsultasi	150
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup	151

