

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *E-COMMERCE*
SHOPEE DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA
STIE MIKROSKIL)**

SKRIPSI

Oleh :

**SATRIANDA BANJARNAHOR
NIM : 17.711.1132**



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL
MEDAN
2021**

**THE INFLUENCE OF PRICE AND SERVICE QUALITY
TOWARD CUSTOMER'S LOYALTY IN USING
E-COMMERCE SHOPEE WITH CUSTOMER
SATISFACTION AS INTERVENING
VARIABLE (CASE STUDY
OF STIE MIKROSKIL
MEDAN STUDENTS)**

FINAL RESEARCH

By :

SATRIANDA BANJARNAHOR
Student Number : 17.711.1132



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

**STUDY PROGRAM OF MANAJEMENT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL
MEDAN
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN E-COMMERCE
SHOPEE DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA STIE MIKROSKIL MEDAN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh:

SATRIANDA BANJARNAHOR
177111132

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing

Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M.

Medan, 13 Juli 2021

Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi
Manajemen,

Apren Halomoan Hutasoit, S. E., M. Si.

LEMBARAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE-Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

Nama : Satrianda Banjarnahor
NIM : 177111132
Peminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan *E-Commerce* Shopee dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Mikroskil Medan)

Tempat Penelitian : STIE Mikroskil Medan
Alamat Tempat Penelitian : Jl. Thamrin No. 124, 140, 112 Medan
No.Telp Tempat Penelitian : 061-4573767

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila dikemudian hari memang terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakan (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel dan buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 22 Juli 2021

Saya yang membuat pernyataan,



Satrianda Banjarnahor

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan *E-commerce* Shopee dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil Medan). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Quota sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 294 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian hipotesis pertama secara parsial, Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 45,3% berarti bahwa Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan dengan Harga dan Kualitas Pelayanan. Berdasarkan hasil penelitian hipotesis kedua secara parsial, Harga dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Sedangkan secara parsial Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 53,6% berarti bahwa Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan dengan Harga dan Kualitas Pelayanan. Kepuasan Pelanggan tidak dapat berperan sebagai variabel Intervening pada pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata kunci: *Harga, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price and service quality on Shopee E-commerce customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable (Case Study of STIE Mikroskil Medan Students). The type of research used in this research is associative research. The sampling technique used was the Quota sampling method with a total sample of 294 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. Based on the results of the first hypothesis research partially, price has a significant effect on customer satisfaction, while customer quality has no effect on customer satisfaction. The Adjusted R Square value of 45.3% means that Customer Satisfaction can be explained by Price and Service Quality. Based on the results of the second hypothesis research partially, price and customer satisfaction have a significant effect on customer loyalty. Meanwhile, partially the Quality of Service has no effect on Customer Loyalty. Adjusted R Square value of 53.6% means that Customer Loyalty can be explained by Price and Service Quality. Customer Satisfaction cannot act as an Intervening variable on the effect of Price and Service Quality on Customer Loyalty.

Keywords: *Price, Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction*



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan kasih setianya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan *E-Commerce* Shopee dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil)” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi manajemen STIE Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M., Selaku Dosen Pembimbing I dan selaku Ketua STIE Mikroskil Medan yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahannya serta motivasi yang sangat berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si., selaku Dosen Pendamping Pembimbing dan selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahannya serta motivasi yang berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Gunawan, S.Kom., M.T.I., selaku Wakil Ketua I STIE Mikroskil Medan.
4. Bapak Djoni, S.Kom., M.T.I., selaku Wakil Ketua II STIE Mikroskil Medan.
5. Bapak William, S.Kom., M.M., selaku Wakil Ketua III STIE Mikroskil Medan.
6. Bapak Andri, S.Kom., M.T.I., selaku Wakil Ketua IV STIE Mikroskil Medan.
7. Ibu Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.
8. Bapak Pioner Pelawi, S.E., M.Si., selaku dosen wali yang sangat inspiratif.

9. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar STIE Mikroskil Medan yang telah banyak memberikan tambahan ilmu pengetahuan, motivasi dan bimbingan yang sangat berguna bagi peneliti.
10. Orang tua penulis, Bapak Pangihutan Banjarnahor dan Ibu Lasma Simanullang yang telah membesarkan dan mendidik saya yang tak pernah lelah untuk selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga. Abang penulis, Ridho Banjarnahor dan Dian Prestasi Banjarnahor, Kakak penulis Dahlia Banjarnahor dan adek kesayangan Intan Banjarnahor dan Hanna Banjarnahor yang selalu memberikan doa dan dukungan sehingga skripsi dapat terselesaikan.
11. Mahasiswa/mahasiswi STIE Mikroskil selaku responden, penulis mengucapkan terima kasih atas waktu luang untuk mengisi kuesioner yang telah saya bagikan, berkat responden saya bisa mengolah data dan menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat penulis yang sangat saya cintai dan kasih selamanya Morianti Sipayung, Putra Cristian Purba, Shafira Aprilianti, Emalisa Andriani, Nia Anjani Ginting, yang telah memberikan banyak doa, motivasi, semangat, penghiburan dikala stres dan telah meluangkan waktu untuk bertukar pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini.
13. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 13 Juli 2021

Penulis

(Satrianda Banjarnahor)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup	7
1.4 Tujuan.....	7
1.5 Manfaat.....	8
1.6 Originalitas	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 E-Commerce	9
2.1.3 Harga	11
2.1.4 Kualitas Pelayanan	14
2.1.5 Loyalitas Pelanggan	17
2.1.6 Kepuasan Pelanggan	20
2.2 Review Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka / Model Konseptual.....	28
2.4 Pengembangan Hipotesis	29

2.4.1	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	29
2.4.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	29
2.4.3	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	30
2.4.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	30
2.4.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	30
2.4.6	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	31
2.4.7	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		33
3.1	Jenis Penelitian	33
3.2	Objek Penelitian	33
3.3	Populasi dan Sampel	33
3.4	Metode Pengumpulan Data	34
3.4.1	Penelitian Lapangan (Data Primer).....	34
3.4.2	Studi Kepustakaan (Data Sekunder)	35
3.5	Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional Variabel.....	35
3.6	Metode Analisis Data	37
3.6.1	Statistik Deskriptif	37
3.6.2	Pengujian Kualitas Data	37
3.6.3	Pengujian Asumsi Klasik	38
3.6.4	Metode Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	40
3.6.5	Pengujian Hipotesis.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Hasil Penelitian.....	45
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	45

4.1.2	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	48
4.1.3	Gambaran Umum Responden	48
4.1.4	Hasil Statistik Deskriptif.....	50
4.1.5	Hasil Uji Kualitas Data	54
4.1.6	Hasil Uji Asumsi Klasik Model Pertama.....	59
4.1.7	Hasil Uji Asumsi Klasik Model Kedua.....	62
4.1.8	Hasil Uji Hipotesis Model Pertama	66
4.1.9	Hasil Uji Hipotesis Model Kedua	67
4.1.10	Hasil Uji Hipotesis Model Ketiga (Analisis Jalur)	70
4.2	Pembahasan	71
4.2.1	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	71
4.2.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	72
4.2.3	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	73
4.2.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	73
4.2.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	74
4.2.6	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	75
4.2.7	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN.....		83
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		133

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Contoh Review Negatif pada Shopee.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 4. 1 Tampilan Aplikasi Shopee	46
Gambar 4. 2 Logo Shopee.....	47
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	49
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Stambuk.....	49
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Gambar 4. 6 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram.....	59
Gambar 4. 7 Hasil Uji Normalitas dengan Probability Plot.....	60
Gambar 4. 8 Hasil Uji Normalitas <i>Scatterplot</i>	61
Gambar 4. 9 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram.....	62
Gambar 4. 10 Hasil Uji Normalitas dengan Probability Plot.....	63
Gambar 4. 11 Hasil Uji Normalitas Scatterplot	65
Gambar 4. 12 Diagram Alur Uji	70

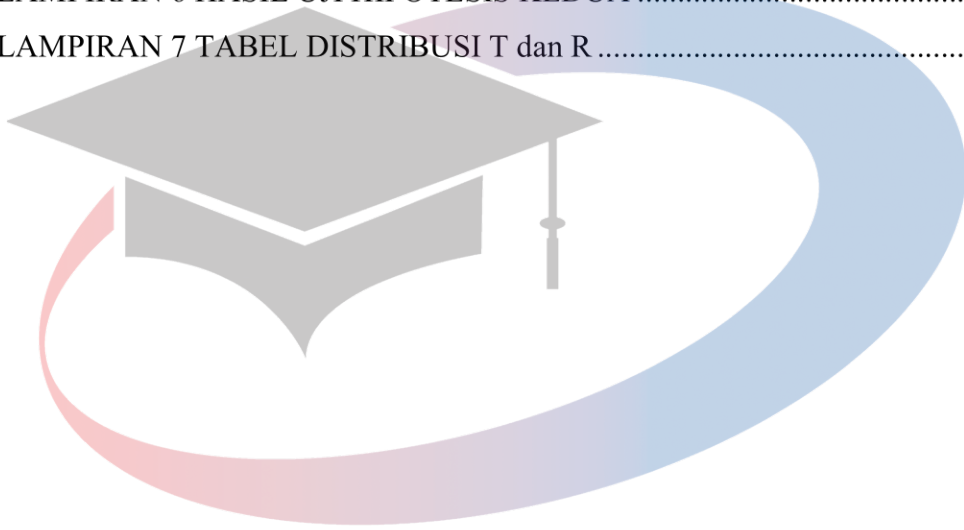
UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Data Jumlah Mahasiswa STIE Mikroskil Stambuk 2017-2020.....	33
Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert.....	35
Tabel 3. 3 Defenisi Operasional Variabel	36
Tabel 4. 1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	48
Tabel 4. 2 Hasil Statistik Deskriptif.....	51
Tabel 4. 6 Uji Validitas Variabel Harga (X1).....	54
Tabel 4. 7 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	55
Tabel 4. 8 Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	56
Tabel 4. 9 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	56
Tabel 4. 10 Uji Realibilitas Variabel Harga.....	57
Tabel 4. 11 Uji Realibilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	58
Tabel 4. 12 Uji Realibilitas Variabel Loyalitas Pelanggan	58
Tabel 4. 13 Uji Realibilitas Variabel Kepuasan Pelanggan	58
Tabel 4. 14 Hasil Uji Kolmogorov - Smirnov Test.....	60
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4. 16 Hasil Uji Glejser.....	62
Tabel 4. 17 Hasil Uji Kolmogorov - Smirnov Test.....	63
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4. 19 Hasil Uji Glejser.....	65
Tabel 4. 20 Hasil Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)	66
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	67
Tabel 4. 22 Hasil Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)	68
Tabel 4. 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69
Tabel 4. 24 Hasil Analisis Regresi Model Pertama dan Model Kedua.....	70
Tabel 4. 25 Uji Hipotesis Model Ketiga	71
Tabel 4. 26 Hasil Pengujian Hipotesis Model Ketiga	71

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	83
LAMPIRAN 2 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN.....	87
LAMPIRAN 3 HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF	116
LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	118
LAMPIRAN 5 HASIL UJI HIPOTESIS PERTAMA	124
LAMPIRAN 6 HASIL UJI HIPOTESIS KEDUA	127
LAMPIRAN 7 TABEL DISTRIBUSI T dan R	130



UNIVERSITAS MIKROSKIL