

**PENGARUH *SHOPPING EXPERIENCE* DAN *PERCEIVED VALUE*
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
*MARKETPLACE SHOPEE***

***THE IMPACT OF SHOPPING EXPERIENCE AND PERCEIVED VALUE
TOWARD CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY AT
SHOPEE***

**(Studi pada Pengguna *Marketpolace* Shopee di Kalangan Masyarakat Daerah
Istimewa Yogyakarta)**



UMY

**UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
YOGYAKARTA**

Unggul & Islami

Oleh :

Millenia Nurrahmadhanty

20180410076

Dosen Pembimbing :

Dr. Indah Fatmawati, S.E, M.Si

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

PERNYATAAN

Dengan ini, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Millenia Nurrahmadhanty
Nim : 20180410076
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Asal Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Judul Karya Tulis : PENGARUH *SHOPPING EXPERIENCE* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE*

Menyatakan bahwa tidak pernah ada karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis menjadi acuan dalam naskah ini dan telah disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tulis ini dibatalkan.

Yogyakarta, 27 April 2022



Millenia Nurrahmadhanty

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa Syukur dan Alhamdulillah kepada Allah Azza Wa Jalla yang telah memberikan kelancaran disetiap langkah saya dalam menyusun skripsi ini dan shalawat serta salam tak lupa saya hanturkan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang seperti sekarang ini, Alhamdulillah. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Keluarga terkhusus kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan baik berupa fasilitas maupun dukungan lainnya yang menunjang kebutuhan saya dalam rangka menyelesaikan gelar sarjana.
2. Diri saya sendiri setelah berhasil berjuang sampai pada titik ini, terimakasih telah berjuang hingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
3. Teman teman saya yang sudah memberikan dukungan dan semangat pada saya. Terimakasih atas setiap doa dan dukungannya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat serta hidayahNya kepada kita semua sehingga skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Shopping Experience* dan *Perceived Value* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada *Marketplace* Shopee”** dapat selesai dengan tepat waktu. Tidak lupa shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini:

1. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan bagi mahasiswa Manajemen.
2. Ibu Dr. Indah Fatmawati, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan waktu, masukan dan bimbingan dengan sangat baik selama proses penyelesaian skripsi ini sehingga mahasiswa dapat menyelesaikan skripsi dengan perasaan senang.
3. Kedua orang tua saya yang telah memberikan segala bentuk dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
4. Seluruh dosen dan karyawan Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan, informasi dan bekal ilmu selama masa perkuliahan yang InsyaAllah akan bermanfaat sepanjang waktu.

5. Seluruh pihak yang telah memberi dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

Dalam penulisan tugas akhir skripsi ini saya menyadari masih banyak keterbatasan dan kekeliruan sehingga saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun pada naskah ini. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 27 April 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Millenia', is centered on a white rectangular background.

Millenia Nurrahmadhanty

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
INTISARI	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II	11
LANDASAN TEORI	11
2.1 Landasan Teori	11
2.2 Temuan Riset Terdahulu	37
2.3 Model Penelitian	44
BAB III	46
METODE PENELITIAN	46
3.1. Pendekatan Penelitian	46
3.2. Responden dan Setting Penelitian	46
3.3. Metode Pengambilan Sampel dan Sampel Penelitian	46
3.5. Identifikasi Variabel Penelitian	47
3.6. Definisi Operasional	48
3.7. Pengujian Kualitas Instrumen	51
3.8. Metode Analisis Data	52

BAB IV	56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian.....	56
4.2. Pengujian Instrumen.....	59
4.3. Proses Analisis Data	64
4.4. Menilai Identifikasi Model Struktural	70
BAB V	85
KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	85
5.1. Kesimpulan	85
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Pengaruh <i>Shopping Experience</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	20
Tabel 2. 2 Pengaruh <i>Shopping Experience</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	23
Tabel 2. 3 Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	25
Tabel 2. 4 Pengaruh <i>Shopping Experience</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	27
Tabel 2. 5 Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	29
Tabel 2. 6 Pengaruh Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi <i>Shopping Experience</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	31
Tabel 2. 7 Kepuasan Pelanggan Memediasi <i>Perceived Value</i> dan Loyalitas Pelanggan	34
Tabel 2. 8 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	35
Tabel 2. 9 Temuan Riset Terdahulu	36
Tabel 3. 1 Definisi dan Indikator Variabel Penelitian	47
Tabel 3. 2 Skala Likert	49
Tabel 3. 3 Indeks Pengujian Ketepatan SEM	53
Tabel 4. 1 Profil Responden.....	57
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	59
Tabel 4. 3 Uji Normalitas.....	62
Tabel 4. 4 Hasil Uji Outliers	68
Tabel 4. 5 <i>Corelation</i>	69
Tabel 4. 6 <i>Computation of Degrees of Freedom</i>	70
Tabel 4. 7 <i>Goodness of Fit</i>	70
Tabel 4. 8 Uji Hipotesis	73
Tabel 4. 9 <i>Standardized Direct Effect</i>	77
Tabel 4. 10 <i>Standardized Indirect Effect</i>	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peta e-commerce di Indonesia menurut i-Price (2021).....	6
Gambar 2. 1 Model Penelitian	44
Gambar 4. 1 Diagram Jalur... ..	65
Gambar 4. 2 Diagram Persamaan Struktural	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner	96
Lampiran 2. Uji Validitas dan Reliabilitas	101
Lampiran 3. Uji Normalitas	103
Lampiran 4. Uji Outliers	104
Lampiran 5. Model Penelitian.....	107
Lampiran 6. <i>Goodnes Of Fit</i>	107
Lampiran 7. Uji Hipotesis	109
Lampiran 8. <i>Correlations</i>	109
Lampiran 9. <i>Standardized Direct Effects</i>	109
Lampiran 10. <i>Standardized Indirect Effects</i>	109
Lampiran 11. Hasil Turnitin	109