

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPERCAYAAN
DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA SHOPEE**

***THE ROLE OF PERCEIVED USEFULNESS AND PERCEIVED EASE OF
USE TOWARD SATISFACTION AND TRUST WHICH INFLUENCE
SHOPEE CONSUMERS' LOYALTY***



PENYUSUN:

Pandya Arya Alana

20200410176

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

2023

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPERCAYAAN
DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA SHOPEE**

***THE ROLE OF PERCEIVED USEFULNESS AND PERCEIVED EASE OF
USE TOWARD SATISFACTION AND TRUST WHICH INFLUENCE
SHOPEE CONSUMERS' LOYALTY***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta



PENYUSUN:

Pandya Arya Alana

20200410176

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

2023

PERNYATAAN

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Pandya Arya Alana

Nomor Mahasiswa : 20200410176

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **"PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA SHOPEE"** tidak terdapat karya yang pernah 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 diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 6 Oktober 2023



Pandya Arya Alana

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan Skripsi dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA SHOPEE”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Peneliti topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik mempengaruhi dalam pengambilan keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi peneliti selanjutnya.

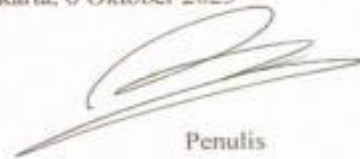
Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang berikut ini atas bimbingan dan dukungan dalam pengerjaan skripsi ini:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto M.P., IPM., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CRP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, SE., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Ibu Hasnah Rimiwati, Dra., M.Si. sebagai dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran memberikan masukan dan bimbingan selama peneliti menyelesaikan karya tulis ini.
5. Orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam Skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 6 Oktober 2023



Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
INTISARI	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
1. Manfaat Teoritis.....	12
2. Manfaat Praktis	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori	13
B. Hasil Penelitian Terdahulu	22
C. Hipotesis.....	52
D. Model Penelitian.....	82
BAB III.....	76
METODE PENELITIAN.....	76
A. Objek dan Subjek Penelitian	76
B. Jenis Data.....	76
C. Teknik Pengambilan Sampel	77
D. Teknik Pengumpulan Data	79
E. Definisi Operasional Variabel.....	80
1. Persepsi Manfaat.....	80

2.	Persepsi Kemudahan	82
3.	Kepercayaan	83
4.	Kepuasan Pelanggan.....	85
5.	Loyalitas Pelanggan	86
F.	Uji Instrumen Data	89
1.	Uji Validitas.....	90
2.	Uji Reliabilitas	90
G.	Uji Hipotesis dan Analisis Data	91
1.	Analisis Deskriptif.....	91
2.	Analisis Structural Equation Modeling (SEM)	91
BAB IV	97
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	97
A.	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	97
1.	Sejarah Perusahaan	97
2.	Subjek Penelitian	98
3.	Karakteristik Responden	99
B.	Uji Kualitas Instrumen.....	103
1.	Uji Validitas.....	103
2.	Uji Reliabilitas	104
C.	Hasil Penelitian.....	105
1.	Analisis Deskriptif.....	106
2.	Analisis SEM	111
3.	Menyusun Diagram Jalur	111
4.	Mengubah Diagram Jalur Menjadi Persamaan Struktural	112
5.	Memilih Matriks Input untuk Analisis Data	113
6.	Menilai Identifikasi Model	114
7.	Evaluasi Model Struktural.....	114
8.	Menilai Kelayakan Model	117
9.	Interpretasi Estimasi Model.....	119
10.	Uji Hipotesis	120
11.	Pembahasan.....	131
BAB V	147
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	147

A. Simpulan	147
B. Keterbatasan Penelitian	149
C. Saran	150
DAFTAR PUSTAKA	151
LAMPIRAN.....	156

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Definisi Indikator Persepsi Kemudahan	15
Tabel 2. 2 Definisi Indikator Persepsi Manfaat	16
Tabel 2. 3 Definisi Indikator Kepercayaan	17
Tabel 2. 4 Definisi Indikator Kepuasan Pelanggan.....	19
Tabel 2. 5 Definisi indikator Loyalitas Konsumen	21
Tabel 2. 6 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 2. 7 Penelitian Terdahulu Hipotesis Pertama	53
Tabel 2. 8 Penelitian Terdahulu Hipotesis Kedua.....	56
Tabel 2. 9 Penelitian Terdahulu Hipotesis Ketiga	59
Tabel 2. 10 Penelitian Terdahulu Hipotesis Keempat.....	62
Tabel 2. 11 Penelitian Terdahulu Kelima	65
Tabel 2. 12 Penelitian Terdahulu Hipotesis Keenam.....	67
Tabel 2. 13 Penelitian Terdahulu Hipotesis Ketujuh	69
Tabel 2. 14 Penelitian Terdahulu Kedelapan	71
Tabel 2. 15 Penelitian Terdahulu Kesembilan	73
Tabel 2. 16 Penelitian Terdahulu Kesepuluh	75
Tabel 2. 17 Penelitian Terdahulu Kesebelas	78
Tabel 2. 18 Penelitian Terdahulu Hipotesis Keduabelas	80
Tabel 3. 1 Skala Likert	80
Tabel 3. 2 Indikator Variabel Persepsi Manfaat.....	81
Tabel 3. 3 Indikator Variabel Persepsi Kemudahan.....	83
Tabel 3. 4 Indikator Variabel Kepercayaan	84
Tabel 3. 5 Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan.....	85
Tabel 3. 6 Indikator Variabel Loyalitas Pelanggan.....	87
Tabel 3. 7 Indikator Variabel	87
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	99
Tabel 4. 2 Pendidikan Terakhir	100
Tabel 4. 3 Pekerjaan	100
Tabel 4. 4 Penghasilan	101
Tabel 4. 5 Domisili.....	102
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	103
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	105
Tabel 4. 8 Interpretasi Kelas Interval	106
Tabel 4. 9 Uji Deskriptif Persepsi Manfaat.....	106
Tabel 4. 10 Uji Deskriptif Persepsi Kemudahan.....	107
Tabel 4. 11 Uji Deskriptif Kepercayaan	108
Tabel 4. 12 Uji Deskriptif Kepuasan Pelanggan	109
Tabel 4. 13 Uji Deskriptif Loyalitas Pelanggan.....	110
Tabel 4. 14 <i>Computation of degrees of freedom</i>	114
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas	115
Tabel 4. 16 Nilai Batas <i>Mahalonobis Distance</i>	116
Tabel 4. 17 Hasil Uji Outliers	117

Tabel 4. 18 Hasil Uji <i>Goodness Of Fit Indeks</i>	118
Tabel 4. 19 Hipotesis Pengujian Langsung.....	120
Tabel 4. 20 Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	127
Tabel 4. 21 Pengujian Pengaruh Hipotesis Tidak Langsung	128
Tabel 4. 22 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	128

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Kunjungan <i>E-Commerce</i>	4
Gambar 2. 1 Model TAM	13
Gambar 2. 2 Model Penelitian	82
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	112
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	113
Gambar 4. 3 Output Model Diagram	118