

## HALAMAN MOTTO

*“Allah has perfect timing: never early, never late. It takes a little patience and a lot of faith, but it’s worth the wait.”*

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tetapi gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan.”

(Boy Candra)



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Mustori dan Ibu Musyati serta nenek saya tercinta Ibu Amyati, yang selalu memberikan doa restu, kasih sayang, nasihat dan semangat tanpa henti untuk penulis, sehingga menjadi alasan utama penulis semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu melindungi beliau.
2. Ibu Feby Evelyn, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan dan bimbingan sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Anisah Khoeriah, Fany Rahma Velati, dan Kusumaningrum Anggraheni Saputri yang selalu saling membantu dan mendukung satu sama lain, serta memberikan motivasi dan semangat demi kelancaran pembuatan skripsi ini.
4. Teman-teman seperjuangan Manajemen RB Angkatan 2020 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat.
5. Para responden yang telah bersedia mengisi kuesioner sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived value* dan *e-service quality* terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel intervening pada pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Kebumen yang pernah menggunakan Shopee untuk berbelanja *online*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis jalur dengan program SPSS 26 dan sobel test. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived value* dan *e-service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Selanjutnya *perceived value*, *e-service quality*, dan *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty*. Serta *customer satisfaction* dapat memediasi antara variabel *perceived value* dan *e-service quality* terhadap *customer loyalty*.

Kata kunci: *perceived value*, *e-service quality*, *customer satisfaction*, *customer loyalty*

## **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the influence of perceived value and e-service quality on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable for Shopee users in Kebumen Regency. The population in this research are people in Kebumen Regency who have used Shopee for online shopping. The number of samples in this research was 100 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. The method used in this research is a quantitative method. The data collection technique uses a questionnaire. The data analysis used is path analysis with the SPSS 26 program and the Sobel test. The results of this research show that perceived value and e-service quality influence customer satisfaction. Furthermore, perceived value, e-service quality, and customer satisfaction influence customer loyalty. And customer satisfaction can mediate between the variables perceived value and e-service quality on customer loyalty.*

**Keywords:** *perceived value, e-service quality, customer satisfaction, customer loyalty*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puja dan puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala anugerah, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Perceived Value* dan *E-Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen)”** ini dimaksud untuk memenuhi sebagian dari persyaratan guna menyelesaikan program sarjana (S1) pada Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat di bangku kuliah dengan realita yang nyata, khususnya dalam bidang ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tentu masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki, ini semua dikarenakan masih kurangnya ilmu pengetahuan yang penulis miliki.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada:

1. Ibu Feby Evelyn, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan saran yang sangat membantu selama proses penulisan skripsi ini.
2. Segenap dosen dan Staff Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah memberikan ilmu-ilmu melalui kegiatan belajar mengajar.

3. Kedua orang tua dan nenek saya yang telah memberikan doa, kasih sayang, perhatian, motivasi, dan semangat yang telah diberikan kepada saya selama ini.
4. Anisah Khoeriah, Fany Rahma Velati, dan Kusumaningrum Anggraheni Saputri yang selalu menjadi teman diskusi dalam penulisan skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuangan Manajemen RB Angkatan 2020 yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap responden dalam penelitian ini yaitu konsumen Shopee di Kabupaten Kebumen yang telah bersedia mengisi kuesioner skripsi ini.
7. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan dan tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna. Namun, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Kebumen, 27 Maret 2024

Penulis,



Rita Mustika Ningsih  
NIM: 205504360

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN .....	i
HALAMAN JUDUL .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	13
1.3. Batasan Masalah .....	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	17
1.5. Manfaat Penelitian .....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	20
2.1. Tinjauan Teori .....	20
2.1.1. <i>Customer Loyalty</i> .....	20

2.1.2.	<i>Customer Satisfaction</i> .....	25
2.1.3.	<i>Perceived Value</i> .....	29
2.1.4.	<i>E-Service Quality</i> .....	33
2.2.	Penelitian Terdahulu .....	36
2.3.	Hubungan Antar Variabel .....	47
2.4.	Model Empiris .....	52
2.5.	Hipotesis.....	54
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....		<b>55</b>
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian .....	55
3.2.	Variabel Penelitian.....	55
3.3.	Definisi Operasional Variabel .....	56
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data .....	61
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	63
3.6.	Populasi dan Sampel.....	66
3.7.	Teknik Analisis.....	68
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....		<b>84</b>
4.1.	Deskripsi Subyek Perusahaan .....	84
4.2.	Analisis Despritif .....	86
4.3.	Analisis Statistik .....	91
4.4.	Pembahasan .....	116
<b>BAB V SIMPULAN</b> .....		<b>127</b>
5.1.	Simpulan .....	127
5.2.	Keterbatasan .....	129
5.3.	Implikasi.....	129
5.3.1	Implikasi Praktis .....	130



5.3.2 Implikasi Teoritis .....	134
DAFTAR PUSTAKA .....	137
LAMPIRAN .....	142



## DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Jumlah Pengguna <i>E-Commerce</i> di Indonesia 2018 - 2023 .....	2
Tabel I-2 Pencapaian Peringkat <i>E-commerce</i> Indonesia Tahun 2022 .....	4
Tabel I-3 Nilai Transaksi <i>E-Commerce</i> Terbesar di Indonesia Tahun 2022 .....	5
Tabel I-4 Pengunjung Situs <i>E-Commerce</i> di Indonesia Tahun 2023.....	6
Tabel I-5 Pengguna Situs <i>E-Commerce</i> di Kabupaten Kebumen Tahun 2023 .....	7
Tabel I-6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i> Pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen.....	10
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	58
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Customer Satisfaction</i> ..	59
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Perceived Value</i> .....	60
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	61
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	87
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	88
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	88
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	89
Tabel IV- 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	90
Tabel IV- 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	91
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Value</i> .....	93
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	93
Tabel IV- 9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	94
Tabel IV- 10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	94
Tabel IV- 11 Hasil Uji Reliabilitas .....	95
Tabel IV- 12 Hasil Uji Multikolinearitas Sub Struktural I .....	96
Tabel IV- 13 Hasil Uji Multikolinearitas Sub Struktural II .....	97
Tabel IV- 14 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Sub Struktural I.....	100
Tabel IV- 15 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Sub Struktural II .....	100
Tabel IV- 16 Hasil Uji Parsial Sub Struktural I .....	102
Tabel IV- 17 Hasil Uji Parsial Sub Struktural II .....	103
Tabel IV- 18 Hasil Koefisien Determinan Sub Struktural I.....	105

Tabel IV- 19 Hasil Koefisien Determinan Sub Struktural II .....	105
Tabel IV- 20 Klasifikasi Besaran Korelasi .....	106
Tabel IV- 21 Hasil Uji Korelasi .....	106
Tabel IV- 22 Hasil Uji Koefisien Jalur Sub Struktural I.....	108
Tabel IV- 23 Hasil Uji Koefisien Jalur Sub Struktural II .....	110
Tabel IV- 24 Hasil Uji Sobel Sub Struktural I .....	116
Tabel IV- 25 Hasil Uji Sobel Sub Struktural II.....	116



## DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Gambar Model Empiris.....	53
Gambar IV-1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Sub Struktural I .....	98
Gambar IV-2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Sub Struktural II .....	98
Gambar IV-3 Diagram Jalur .....	114



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Data Responden

Lampiran 3 Tabulasi Data

Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen

Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 6 Hasil Analisis Uji Hipotesis

Lampiran 7 Hasil Analisis Korelasi

Lampiran 8 Hasil Analisis Jalur

Lampiran 9 Hasil Uji Sobel

Lampiran 10 Tabel r

Lampiran 11 Tabel t

Lampiran 12 Kartu Konsultasi Skripsi

Lampiran 13 Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal Skripsi

