

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, DISKON DAN CUSTOMER
EXPERIENCE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK
FASHION DI SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**



Oleh :

EKA SUSILAWATI
NBI : 1211800021

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, DISKON DAN CUSTOMER
EXPERIENCE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK
FASHION DI SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**



Oleh :

EKA SUSILAWATI

NBI : 1211800021

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2022

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, DISKON DAN CUSTOMER
EXPERIENCE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK
FASHION DI SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Oleh :

EKA SUSILAWATI

NBI : 1211800021

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2022

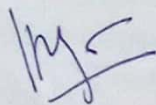
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Eka Susilawati
NBI : 1211800021
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion di Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Surabaya, 1 Juli 2022

Mengetahui / menyetujui

Pembimbing


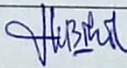



Dr. Estik Hari Prastiwi, SE., MM

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

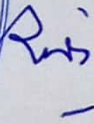
Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 2022

TIM PENGUJI:

- | | | |
|------------------------------------|-----------|---|
| 1. Dr. Nanis Susanti, MM | - Ketua |  |
| 2. Dr. Ida Ayu Sri Brahmayanti, MM | - Anggota |  |
| 3. Dr. Estik Hari Prastiwi, SE.,MM | - Anggota |  |

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan




Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

- | | |
|-----------------------|--|
| 1. Nama Lengkap (KTP) | : Eka Susilawati (P) |
| 2. NBI | : 1211800021 |
| 3. Fakultas | : Ekonomi dan Bisnis |
| 4. Program Studi | : Manajemen |
| 5. NIK (KTP) | : 3578064407000005 |
| 6. Alamat Rumah (KTP) | : Girilaya 9/7A RT.009 RW.008 Kel.
Banyu Urip Kec. Sawahan Kota
Surabaya |

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, DISKON DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK FASHION DI SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA” adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan kelembagaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Surabaya, 21 Juli 2022

Yang Membuat,



Eka Susilawati



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45
SURABAYATELP. 031 593
1800 (Ext. 311)

e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eka Susilawati
NBI/ NPM : 1211800021
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

“Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, dan Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion di Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 1 Juli 2022

Yang Menyatakan,


10000
METERAI
TEMPEL
B40F4AJX99445332611
(Eka Susilawati)

KATA PENGANTAR

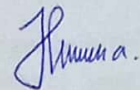
Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada:

1. Dr. Estik Hari Prastiwi, SE, MM. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terimakasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si, CPAI. selaku Dekan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
4. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan kesempatan untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan.
5. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonmi dan Bisnis yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
7. Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonmi dan Bisnis yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian Kuesioner.
8. Kedua orang tua yang memberikan dukungan baik moril maupun materil serta doa tiada henti-hentinya.
9. Semua teman-teman saya yang telah memberikan support kepada saya selama menyusun skripsi.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan peneliti terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya. Terima kasih.

Surabaya, 1 Juli 2022



Eka Susilawati

RINGKASAN

PENGARUH PERSEPSI HARGA, DISKON, DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK FASHION DI SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

E-commerce menjadi wadah para konsumen yang ingin berbelanja tanpa perlu keluar rumah. Shopee merupakan salah satu e-commerce yang banyak digunakan oleh para mahasiswa FEB Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Shopee adalah e-commerce yang didalamnya menawarkan berbagai produk salah satunya produk *Fashion*. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul pengaruh persepsi harga, diskon, dan customer experience terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion di Shopee pada Mahasiswa FEB Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Persepsi Harga, Diskon, dan *Customer Experience* secara parsial dan simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion di Shopee pada Mahasiswa FEB Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa FEB Angkatan 2018 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sebanyak 259 orang. Penelitian ini berjenis kuantitatif. Pengumpulan data diperoleh dari penyebaran kuesioner. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* kepada responden yang pernah berbelanja produk fashion di shopee, Sehingga sampel dalam penelitian ini sebanyak 72 responden. Uji instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi, dan analisis linier berganda.

Hasil uji t variabel persepsi harga (X1) menunjukkan nilai sig. adalah $0,028 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi harga (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji t variabel diskon (X2) menunjukkan nilai sig. adalah $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa variabel diskon (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji t variabel customer experience (X3) menunjukkan nilai sig. adalah $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa variabel customer experience (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji F menunjukkan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $372,416 > 2,74$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan Persepsi Harga (X1), Diskon (X2), dan Customer Experience (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Harga, Diskon, dan Customer Experience secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion di Shopee pada Mahasiswa FEB Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Diharapkan pihak perusahaan terus memperhatikan persepsi harga agar nantinya konsumen lebih merasa senang dan puas dengan adanya persepsi harga yang selalu terjangkau sesuai dengan kualitas dan manfaat. Selain itu sering melakukan pemberian diskon secara besar-besaran agar konsumen tertarik dan melakukan belanja online secara berulang-ulang.

SUMMARY

THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, DISCOUNTS, AND CUSTOMER EXPERIENCE TOWARD CUSTOMER LOYALTY OF FASHION PRODUCTS IN SHOPEE ON STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS UNIVERSITY 17 AUGUST 1945 SURABAYA

E-commerce is a place for consumers who want to shop without leaving the house. Shopee is an e-commerce platform that is widely used by FEB students, 17 August 1945 University, Surabaya. Shopee is an e-commerce that offers various products, one of which is Fashion products. Based on this background, the researcher is interested in conducting a study entitled the effect of price perception, discounts, and customer experience on Customer Loyalty in Fashion Products at Shopee for FEB Students, 17 August 1945 University Surabaya. This study aims to determine and analyze the effect of Price Perception, Discount, and Customer Experience partially and simultaneously on Customer Loyalty of Fashion Products at Shopee at FEB Students, University of 17 August 1945 Surabaya.

The population in this study were FEB 2018 students, 17 August 1945 University, Surabaya as many as 259 people. This research is quantitative. Data collection was obtained from distributing questionnaires. Sampling used purposive sampling method to respondents who had shopped for fashion products at shopee, so the sample in this study was 72 respondents. The instrument test in this study used validity and reliability tests, classical assumption tests, coefficients of determination, and multiple linear analysis.

The results of the t-test of the price perception variable (X1) show the value of sig. is $0.028 < 0.05$, it can be concluded that the price perception variable (X1) has a significant influence on customer loyalty. The results of the t-test of the discount variable (X2) show the value of sig. is $0.000 < 0.05$, it can be concluded that the discount variable (X2) has a significant influence on customer loyalty. The results of the t-test of the customer experience variable (X3) show the value of sig. is $0.000 < 0.05$, it can be concluded that the customer experience variable (X3) has a significant influence on customer loyalty. The results of the F test show that the value of $f_{count} > f_{table}$ is $372.416 > 2.74$ with a significance of $0.000 < 0.05$. This shows that simultaneously Price Perception (X1), Discount (X2), and Customer Experience (X3) simultaneously affect Customer Loyalty (Y).

The conclusion in this study shows that price perception, discount, and customer experience partially and simultaneously have a significant effect on customer loyalty in fashion products at Shopee for FEB students, 17 August 1945 University Surabaya. It is hoped that the company will continue to pay attention to price perceptions so that later consumers will feel more happy and satisfied with the perception of prices that are always affordable in accordance with the quality and benefits. In addition, they often give massive discounts so that consumers are interested and do online shopping repeatedly

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI HARGA, DISKON, DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUCT FASHION DI SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion Di Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penelitian ini dilaksanakan dengan metode deskriptif kuantitatif yang menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner serta wawancara atau interview. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sampel dalam penelitian ini sebesar 72 orang mahasiswa dengan menggunakan metode Purposive Sampling, karena metode ini menggunakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi berganda dengan menggunakan program Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 2,252 dan nilai signifikansi 0,028. Variabel diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 6,048 dan nilai signifikansi 0,000. Pada variabel customer experience berpengaruh positif signifikan terhadap lo yalitas pelanggan dengan koefisien sebesar 11,680 dan nilai signifikansi 0,000. Dari hasil penelitian diketahui bahwa Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Dan Customer Experience secara parsial maupun bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan

Kata Kunci: Persepsi Harga, Diskon, Customer Experience, dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, DISCOUNTS, AND CUSTOMER EXPERIENCE TOWARD CUSTOMER LOYALTY OF FASHION PRODUCTS IN SHOPEE ON STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS UNIVERSITY 17 AUGUST 1945 SURABAYA

This study was conducted to determine and analyze the effect of price perception, discount, and customer experience on customer loyalty for fashion products at Shopee for students of the Faculty of Economics and Business, University of 17 August 1945, Surabaya. This research was carried out with a quantitative descriptive method using primary data obtained through questionnaires and interviews. The population in this study were students of the Faculty of Economics and Business, University of 17 August 1945, Surabaya. The sample in this study was 72 students using the purposive sampling method because this method uses a sampling technique with certain considerations or criteria. The data analysis technique used in this research is multiple regression analysis methods using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 26 program.

The results of this study indicate that the price perception variable has a positive and significant effect on customer loyalty with a regression coefficient of 2.252 and a significance value of 0.028. The discount variable has a positive and significant effect on customer loyalty with a regression coefficient of 6.048 and a significance value of 0.000. The customer experience variable has a significant positive effect on customer loyalty with a coefficient of 11,680 and a significance value of 0.000. From the research results, it is known that the effect of price perception, discount, and customer experience partially or jointly has a significant positive effect on customer loyalty.

Keywords: Price Perception, Discount, Customer Experience, and Customer Loyalty

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
RINGKASAN.....	vii
SUMMARY	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Manajemen Pemasaran	7
2.1.1.1. Pengertian Pemasaran	7
2.1.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.1.2. Perilaku Konsumen.....	8
2.1.2.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	8
2.1.2.2. Faktor-faktor Perilaku Konsumen.....	8
2.1.3. E-commerce	8
2.1.3.1. Pengertian E-commerce	8
2.1.4. Persepsi Harga	9
2.1.4.1. Pengertian Persepsi Harga	9

2.1.4.2. Indikator Persepsi Harga	9
2.1.5. Diskon	10
2.1.5.1. Pengertian Diskon	10
2.1.5.2. Macam-Macam Diskon	10
2.1.5.3. Indikator Diskon	11
2.1.6. Customer Experience	11
2.1.6.1. Pengertian Customer Experience	11
2.1.6.2. Indikator Customer Experience	11
2.1.7. Loyalitas Pelanggan	12
2.1.7.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	12
2.1.7.2. Ciri-ciri Loyalitas pelanggan	13
2.1.7.3. Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan	13
2.1.7.4. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	13
2.1.7.5. Dimensi Loyalitas pelanggan	14
2.1.7.6. Indikator Loyalitas pelanggan	14
2.2. Penelitian Terdahulu	15
2.3. Hubungan Antar Variabel	20
2.3.1. Hubungan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	20
2.3.2. Hubungan Diskon Terhadap Loyalitas Pelanggan	20
2.3.3. Hubungan <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyaltas Pelanggan	21
2.4. Kerangka Konseptual	21
2.5. Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Desain Penelitian	23
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.2.1. Tempat penelitian	23
3.2.2. Waktu penelitian	23
3.3. Jenis dan Sumber Data	23
3.3.1. Jenis Data	23
3.3.2. Sumber Data	23
3.4. Populasi dan Sampel	24
3.4.1. Populasi	24
3.4.2. Sampel	24
3.5. Teknik Pengumpulan Data	25
3.6. Definisi Variabel dan Definisi Operasional	26

3.6.1. Definisi Variabel.....	26
3.6.2. Definisi Operasional	26
3.7. Proses Pengolahan Data	28
3.8. Metode Analisis Data	28
3.8.1. Uji Validitas	29
3.8.2. Uji Reliabilitas	29
3.8.3. Uji Asumsi Klasik.....	29
3.9. Teknik Pengujian Hipotesis.....	31
3.9.1. Uji T.....	31
3.9.2. Uji F	31
3.9.3. Uji Koefisien Determinasi	31
3.10. Analisis Data	32
3.10.1 Analisis Regresi Linear Berganda	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
4.1.1. Sejarah FEB Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.....	35
4.1.2. Visi dan Misi FEB Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya	36
4.1.3. Stuktur Organisasi.....	36
4.1.4. Sejarah Shopee.....	37
4.1.5. Visi dan Misi Shopee	37
4.2.Deskripsi Hasil Penelitian	38
4.2.1. Karakteristik Penelitian.....	38
4.2.1.1.Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.2.1.2.Deskripsi Berdasarkan Pernah Berbelanja Shopee.....	38
4.2.1.3. Deskripsi Berdasarkan Intensitas Belanja Shopee.....	39
4.2.1.4. Deskripsi Berdasarkan Pemasukan.....	39
4.2.1.5. Deskripsi Berdasarkan Produk Fashion Yang dibeli	40
4.2.2. Distribusi Frekuensi Jawaban	41
4.2.2.1.Variabel Persepsi Harga	41
4.2.2.2. Variabel Diskon	42
4.2.2.3.Variabel Customer Experience	42
4.2.2.4.Variabel Loyalitas Pelanggan	43
4.3. Uji Instrumen.....	43
4.3.1. Uji Validitas	43
4.3.2. Uji Reliabilitas	45

4.4. Uji Asumsi Klasik	45
4.4.1. Uji Normalitas	45
4.4.2. Uji Multikolinieritas.....	46
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas	47
4.5. Pengujian Hipotesis	48
4.5.1. Uji T.....	48
4.5.2. Uji F	50
4.6. Analisis Data	51
4.6.1. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	51
4.6.2. Analisis Regresi Linear Berganda	52
4.7. Pembahasan Hasil Temuan Penelitian.....	54
4.8. Implikasi Penelitian	56
4.9. Keterbatasan Penelitian	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1. Kesimpulan.....	59
5.2. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Pengunjung E-Commerce	2
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual.....	21
Gambar 3.1. Struktur Organisasi	36

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1. Nilai Jawaban Kuesioner Skala Likert	26
Tabel 3.2. Definisi Operasional Dan Indikator.....	27
Tabel 3.3. Interpretasi Koefisien Korelasi	32
Tabel 4.1. Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 4.2. Deskripsi Berdasarkan Pernah Berbelanja Shopee.....	38
Tabel 4.3. Deskripsi Berdasarkan Intensitas Belanja Shopee	39
Tabel 4.4. Deskripsi Berdasarkan Pemasukan Responden.....	40
Tabel 4.5. Deskripsi Berdasarkan Produk Fashion Yang Sering Dibeli	40
Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Persepsi Harga.....	41
Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Diskon	42
Tabel 4.8. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Customer Experience	42
Tabel 4.9. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Loyalitas Pelanggan	43
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.12. Hasil Uji Normalitas.....	46
Tabel 4.13. Hasil Uji Multikolinieritas.....	47
Tabel 4.14. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	48
Tabel 4.15. Hasil Uji T (Parsial).....	49
Tabel 4.16. Hasil Uji F (Simultan)	51
Tabel 4.17. Hasil Uji Koefisien Determinasi	52
Tabel 4.18. Analisis Regresi Linear Berganda	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	63
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden	67
Lampiran 3. Karakteristik Responden	77
Lampiran 4. Analisis Data	78
Lampiran 5. Surat Permohonan Ijin Penelitian	88
Lampiran 6. Surat Persetujuan Melakukan Penelitian.....	89
Lampiran 7. Kartu Bimbingan Skripsi	90
Lampiran 8. Hasil Turnitin	91