

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

“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”

Kepada Yth:

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini adalah mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jurusan Manajemen Prodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis sedang mengadakan penelitian dalam pembuatan skripsi oleh sebab itu, saya mohon bantuan dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/i responden untuk mengisi beberapa pertanyaan kuesioner ini untuk melengkapi pengumpulan data. Adapun angket penelitian ini akan digunakan untuk keperluan penyusunan skripsi guna memperoleh gelar sarjana (S1) dengan judul penelitian “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”

Perlu saya sampaikan bahwa data pribadi Bapak/Ibu/Saudara/i yang masuk dalam kuesioner ini akan terjaga kerahasiaannya, dan hanya diperlukan semata-mata sebagai bahan untuk menyusun skripsi. Atas kesediaan dan bantuannya dalam mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan banyak terimakasih.

Hormat
Peneliti

Eka Susilawati

A. Screening Question

1. Nama :
2. Apa Jenis Kelamin anda?
 - o Laki-laki
 - o Perempuan
3. Apakah anda pernah berbelanja di Shopee?
 - o Ya
 - o Tidak
4. Berapa kali anda berbelanja di shopee?
 - o 2 Kali
 - o > 2 Kali
5. Produk fashion apa yang anda beli di shopee?
 - o Baju
 - o Celana
 - o Sepatu
 - o Sandal
6. Berapa penghasilan / pemasukan perbulan anda?
 - o < Rp1.000.000
 - o Rp1.000.000 – Rp2.000.000
 - o Rp2.000.000 – Rp3.000.000
 - o Rp3.000.000 – Rp4.000.000
 - o > Rp4.000.000

B. Petunjuk Pengisian

Beri tanda Checklist (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara. Kriteria penilaian:

- | | | |
|-----|-----------------------|------------|
| SS | : Sangat Setuju | = skor (5) |
| S | : Setuju | = skor (4) |
| N | : Netral | = skor (3) |
| TS | : Tidak Setuju | = skor (2) |
| STS | : Sangat Tidak Setuju | = skor (1) |

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
PERSEPSI HARGA						
Keterjangkauan Harga						
1.	Harga produk fashion yang ditawarkan di shopee sangat terjangkau					
2.	Harga produk fashion di shopee sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen					
Daya Saing Harga						
3.	Shopee menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan e-commerce lainnya					
4.	Harga produk fashion di setiap seller berbeda					
Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk						
5.	Harga produk fashion yang ditawarkan di shopee sesuai dengan kualitas produk					
6.	Harga dan kualitas memiliki nilai yang seimbang					
Kesesuaian Harga dengan Manfaat						
7.	Harga produk fashion yang saya beli di shopee sesuai dengan manfaat yang diberikan					
8.	Harga dan manfaat memiliki nilai yang seimbang					
DISKON						
Besarnya Potongan Harga						
1	Shopee memberikan potongan harga pada produk fashion dalam jumlah yang besar					
2	Besarnya potongan harga di shopee sangat menggiurkan					
Masa Potongan Harga						
3	Shopee sering mengadakan diskon secara besar-besaran dihari-hari istimewa					

4	Masa berlaku diskon yang diberikan shopee sesuai dengan waktu yang ditetapkan					
Jenis Produk yang Mendapatkan Potongan						
5	Setiap item produk fashion di shopee mendapatkan potongan harga					
6	Potongan harga yang diberikan shopee pada masing-masing produk fashion sangat besar					
CUSTOMER EXPERIENCE (PENGALAMAN)						
Sense (panca indera)						
1	Model produk fashion di shopee sangat beragam					
2	Pilihan motif produk fashion di shopee sangat bagus-bagus sehingga membuat pelanggan tertarik					
Feel (Perasaan)						
3	Saya merasa bahwa tampilan website bagian produk fashion di shopee sangat menarik					
4	Saya merasa tertarik membeli produk fashion di shopee karena iklan yang disiarkan					
Think (Berpikir)						
5	Produk fashion yang dijual di shopee sesuai dengan deskripsi produk					
6	Kualitas bahan produk fashion di shopee bagus					
Act (Tindakan)						
7	Saya sudah terbiasa menggunakan shopee untuk membeli produk fashion					
8	Shopee merupakan pilihan saya ketika berbelanja produk fashion secara online					
Relate (Berhubungan)						
9	Shopee sangat membantu saya dalam mencari referensi produk fashion					
10	Shopee sangat membantu saya ketika membeli produk fashion yang sulit didapatkan					
LOYALITAS PELANGGAN						
Repeat Purchase (kesetiaan dalam membeli)						

1.	Saya selalu membeli ulang di shopee karena banyak promo yang diberikan					
2.	Saya selalu membeli produk fashion di shopee setiap kali saya ingin membeli fashion secara online					
Retention (ketahanan terhadap pengaruh)						
3	Saya tetap menggunakan e-commerce shopee untuk berbelanja produk fashion					
4	Saya selalu membeli produk fashion di shopee meskipun banyak e-commerce lain					
Referalls						
5	Saya merekomendasikan kepada konsumen lain untuk membeli produk fashion di shopee					
6	Saya memberitahukan kepada oranglain benefit yang didapatkan jika belanja produk fashion di shopee					

LAMPIRAN 2

TABULASI DATA RESPONDEN

PERSEPSI HARGA (X1)								
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total X1
5	4	4	5	5	5	4	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	4	4	4	3	4	29
3	2	2	3	3	5	2	3	23
4	3	3	4	4	4	3	4	29
3	3	3	3	3	4	3	3	25
5	2	2	5	5	4	2	5	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	4	4	3	4	30
5	5	3	5	5	4	3	5	35
4	4	2	4	4	3	2	4	27
5	4	4	5	5	4	4	5	36
2	3	4	2	2	4	4	2	23

5	4	4	5	5	4	4	5	36
5	4	5	5	5	4	5	5	38
2	4	4	2	2	4	4	2	24
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	3	3	3	5	3	3	27
5	4	3	5	5	5	3	5	35
4	3	5	4	4	3	5	4	32
4	3	3	4	4	3	3	4	28
3	3	5	3	3	5	5	3	30
3	4	4	3	3	4	4	3	28
4	2	5	4	4	4	5	4	32
4	2	2	4	4	3	2	4	25
4	3	3	4	4	3	3	4	28
1	1	1	1	1	3	1	1	10
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	5	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	5	5	4	4	5	36
2	4	4	2	2	4	4	2	24
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	3	3	5	4	3	29
5	4	4	5	5	5	4	5	37
4	3	3	4	4	3	3	4	28
3	4	4	3	3	4	4	3	28
4	2	2	4	4	4	2	4	26
4	2	2	4	4	3	2	4	25
4	3	3	4	4	3	3	4	28
1	1	1	1	1	3	1	1	10
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	5	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	5	5	4	4	5	36
2	4	4	2	2	4	4	2	24

5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	3	3	5	4	3	29
5	4	4	5	5	5	4	5	37
3	3	3	3	3	5	3	3	26
3	4	4	3	3	4	4	3	28
4	2	2	4	4	4	2	4	26
4	2	2	4	4	3	2	4	25
4	3	3	4	4	3	3	4	28
1	1	1	3	3	3	1	3	16
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	5	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	5	5	4	4	5	36
2	4	4	2	2	4	4	2	24
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	3	3	5	4	3	29
5	4	4	5	5	5	4	5	37
4	3	3	4	4	3	3	4	28
3	4	4	3	3	4	4	3	28
4	2	2	4	4	4	2	4	26
4	2	2	4	4	3	2	4	25
4	3	3	4	4	3	3	4	28
1	1	1	1	1	3	1	1	10
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	5	4	4	33

DISKON

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total X2
4	5	5	5	4	5	28
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	3	4	22
2	3	3	5	3	3	19
3	4	4	4	5	4	24

3	3	3	4	2	3	18
2	5	5	4	2	5	23
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	23
3	5	5	4	4	5	26
2	4	4	3	4	4	21
4	5	5	4	5	5	28
4	2	2	4	4	2	18
4	5	5	4	4	5	27
5	5	5	4	5	5	29
4	2	2	4	4	2	18
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	5	4	3	21
3	5	5	5	5	5	28
5	4	4	3	4	4	24
3	4	4	3	4	4	22
5	3	3	5	4	3	23
4	3	3	4	3	3	20
5	4	4	4	4	4	25
2	4	4	3	3	4	20
3	4	4	3	3	4	21
1	1	1	3	3	1	10
4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	5	3	4	24
4	4	4	4	5	4	25
4	5	5	4	5	5	28
4	2	2	4	4	2	18
5	5	5	5	5	5	30
4	3	3	5	4	3	22
4	5	5	5	5	5	29
3	4	4	3	4	4	22
4	3	3	4	3	3	20
2	4	4	4	4	4	22
2	4	4	3	3	4	20

3	4	4	3	3	4	21
1	1	1	3	3	1	10
4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	5	3	4	24
4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	4	5	4	25
4	5	5	4	5	5	28
4	2	2	4	4	2	18
5	5	5	5	5	5	30
4	3	3	5	4	3	22
4	5	5	5	5	5	29
3	3	3	5	4	3	21
4	3	3	4	3	3	20
2	4	4	4	4	4	22
2	4	4	3	3	4	20
3	4	4	3	3	4	21
1	1	3	3	3	3	14
4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	5	3	4	24
4	4	4	4	5	4	25
4	5	5	4	5	5	28
4	2	2	4	4	2	18
5	5	5	5	5	5	30
4	3	3	5	4	3	22
4	5	5	5	5	5	29
3	4	4	3	4	4	22
4	3	3	4	3	3	20
2	4	4	4	4	4	22
2	4	4	3	3	4	20
3	4	4	3	3	4	21
1	1	1	3	3	1	10
4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	5	3	4	24

CUSTOMER EXPERIENCE (PENGALAMAN)										
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	Total X3
4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	37
3	3	3	5	3	3	5	2	3	3	33
5	4	4	4	3	4	4	3	4	5	40
2	3	3	4	2	3	4	3	3	2	29
2	5	5	4	4	5	4	2	5	2	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
4	5	5	4	5	5	4	3	5	4	44
4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	36
5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47
4	2	2	4	3	2	4	4	2	4	31
4	5	5	4	3	5	4	4	5	4	43
5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	48
4	2	2	4	3	2	4	4	2	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	3	5	4	3	5	3	3	4	37
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	48
4	4	4	3	2	4	3	5	4	4	37
4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	36
4	3	3	5	5	3	5	5	3	4	40
3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	34
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
3	4	4	3	2	4	3	2	4	3	32
3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	34

3	1	1	3	3	1	3	1	1	3	20
5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	41
3	4	4	5	4	4	5	4	4	3	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47
4	2	2	4	3	2	4	4	2	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	3	5	4	3	5	4	3	4	38
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
4	4	4	3	2	4	3	3	4	4	35
3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	34
4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
3	4	4	3	2	4	3	2	4	3	32
3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	34
3	1	1	3	3	1	3	1	1	3	20
5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	41
3	4	4	5	4	4	5	4	4	3	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47
4	2	2	4	3	2	4	4	2	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	3	5	4	3	5	4	3	4	38
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
4	3	3	5	5	3	5	3	3	4	38
3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	34
4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
3	4	4	3	2	4	3	2	4	3	32
3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	34

3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	26
5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	41
3	4	4	5	4	4	5	4	4	3	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47
4	2	2	4	3	2	4	4	2	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	3	5	4	3	5	4	3	4	38
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
4	4	4	3	2	4	3	3	4	4	35
3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	34
4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
3	4	4	3	2	4	3	2	4	3	32
3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	34
3	1	1	3	3	1	3	1	1	3	20
5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	41
3	4	4	5	4	4	5	4	4	3	40

LOYALITAS PELANGGAN						
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total Y
5	4	5	5	4	4	27
3	4	4	4	4	4	23
4	3	4	4	3	3	21
3	3	5	3	3	2	19
3	5	4	4	5	3	24
2	2	4	3	2	3	16
4	2	4	5	2	2	19
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24

5	4	4	5	4	5	27
4	4	3	4	4	4	23
5	5	4	5	5	4	28
3	4	4	2	4	3	20
3	4	5	5	4	4	25
5	5	4	5	1	4	24
3	4	4	2	4	4	21
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	3	4	4	24
5	5	5	5	5	4	29
2	4	3	4	4	3	20
3	4	3	4	4	3	21
5	4	5	3	4	3	24
4	3	4	3	3	4	21
4	4	4	4	4	2	22
2	3	3	4	3	2	17
3	3	3	4	3	3	19
3	3	3	1	3	1	14
3	5	4	4	5	4	25
4	3	5	4	3	4	23
4	5	4	4	5	4	26
5	5	4	5	5	4	28
3	4	4	2	4	4	21
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	3	4	4	24
5	5	5	5	5	4	29
2	4	3	4	4	3	20
4	3	4	3	3	4	21
4	4	4	4	4	2	22
2	3	3	4	3	2	17
3	3	3	4	3	3	19
3	3	3	1	3	1	14
3	5	4	4	5	4	25

4	3	5	4	3	4	23
4	5	4	4	5	4	26
4	5	4	4	5	4	26
5	5	4	5	5	4	28
3	4	4	2	4	4	21
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	3	4	4	24
5	5	5	5	5	4	29
5	4	5	3	4	3	24
4	3	4	3	3	4	21
4	4	4	4	4	2	22
2	3	3	4	3	2	17
3	3	3	4	3	3	19
3	3	3	3	3	1	16
3	5	4	4	5	4	25
4	3	5	4	3	4	23
4	5	4	4	5	4	26
5	5	4	5	5	4	28
3	4	4	2	4	4	21
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	3	4	4	24
5	5	5	5	5	4	29
2	4	3	4	4	3	20
4	3	4	3	3	4	21
4	4	4	4	4	2	22
2	3	3	4	3	2	17
3	3	3	4	3	3	19
3	3	3	1	3	1	14
3	5	4	4	5	4	25
4	3	5	4	3	4	23

LAMPIRAN 3**KARAKTERISTIK RESPONDEN**

Berdasarkan Jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentasi
Laki – Laki	20	27,8 %
Perempuan	52	72,2 %
Total	72	100 %

Berdasarkan Pernah Berbelanja Responden

Pernah Berbelanja	Frekuensi	Persentasi
Ya	100	100 %
Tidak	0	0 %
Total	72	100 %

Berdasarkan Intensitas Belanja di Shopee

Banyaknya	Frekuensi	Persentasi
2 Kali	11	15,3 %
>2 Kali	61	84,7 %
Total	72	100 %

Berdasarkan Pemasukan Responden

Penghasilan	Frekuensi	Persentasi
<1 Juta	30	41,7 %
1 Juta – 2 Juta	20	27,8 %
2 Juta – 3 Juta	10	13,9 %
3 Juta – 4 Juta	7	9,7 %
>4 Juta	5	6,9 %
Total	72	100 %

Berdasarkan Produk Fashion Belanja Responden

Produk	Frekuensi	Persentasi
Baju	30	21,6 %
Celana	20	14,4 %
Sepatu	12	8,6 %
Sandal	10	7 %
Total	72	72 %

LAMPIRAN 4

ANALISIS DATA

UJI VALIDITAS

PERSEPSI HARGA (X1)

Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Persepsi Harga (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	,477**	,400**	,976**	,976**	,269*	,400**	,976**	,878**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,022	,000	,000	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X1.2	Pearson Correlation	,477**	1	,800**	,432**	,432**	,578**	,800**	,432**	,778**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X1.3	Pearson Correlation	,400**	,800**	1	,354**	,354**	,553**	1,000**	,354**	,759**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,002	,002	,000	,000	,002	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X1.4	Pearson Correlation	,976**	,432**	,354**	1	1,000**	,242*	,354**	1,000**	,860**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002		,000	,041	,002	,000	,000

	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X1.5	Pearson Correlation	,976**	,432**	,354**	1,000**	1	,242*	,354**	1,000**	,860**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,000		,041	,002	,000	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X1.6	Pearson Correlation	,269*	,578**	,553**	,242*	,242*	1	,553**	,242*	,550**
	Sig. (2-tailed)	,022	,000	,000	,041	,041		,000	,041	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X1.7	Pearson Correlation	,400**	,800**	1,000**	,354**	,354**	,553**	1	,354**	,759**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,002	,002	,000		,002	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X1.8	Pearson Correlation	,976**	,432**	,354**	1,000**	1,000**	,242*	,354**	1	,860**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,000	,000	,041	,002		,000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Persepsi Harga (X1)	Pearson Correlation	,878**	,778**	,759**	,860**	,860**	,550**	,759**	,860**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										

DISKON (X2)

Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Diskon (X2)
X2.1	Pearson Correlation	1	,400**	,354**	,553**	,533**	,354**	,682**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,000	,000	,002	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72

X2.2	Pearson Correlation	,400**	1	,976**	,269*	,449**	,976**	,907**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,022	,000	,000	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72
X2.3	Pearson Correlation	,354**	,976**	1	,242*	,439**	1,000*	,895**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,041	,000	,000	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72
X2.4	Pearson Correlation	,553**	,269*	,242*	1	,347**	,242*	,532**
	Sig. (2-tailed)	,000	,022	,041		,003	,041	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72
X2.5	Pearson Correlation	,533**	,449**	,439**	,347**	1	,439**	,679**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,003		,000	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72
X2.6	Pearson Correlation	,354**	,976**	1,000*	,242*	,439**	1	,895**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,041	,000		,000
	N	72	72	72	72	72	72	72
Diskon (X2)	Pearson Correlation	,682**	,907**	,895**	,532**	,679**	,895**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	72	72	72	72	72	72	72
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

CUSTOMER EXPERIENCE (X3)

Correlations												
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	Customer Experience (X3)
X3.1	Pearson Correlation	1	,449**	,439**	,347**	,480**	,439**	,347**	,533**	,439**	1,000*	,718**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,003	,000	,000	,003	,000	,000	,000	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X3.2	Pearson Correlation	,449**	1	,976**	,269*	,442**	,976**	,269*	,400**	,976**	,449**	,861**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,022	,000	,000	,022	,000	,000	,000	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X3.3	Pearson Correlation	,439**	,976**	1	,242*	,442**	1,000*	,242*	,354**	1,000*	,439**	,853**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,041	,000	,000	,041	,002	,000	,000	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X3.4	Pearson Correlation	,347**	,269*	,242*	1	,693**	,242*	1,000*	,553**	,242*	,347**	,612**
	Sig. (2-tailed)	,003	,022	,041		,000	,041	,000	,000	,041	,003	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X3.5	Pearson Correlation	,480**	,442**	,442**	,693**	1	,442**	,693**	,445**	,442**	,480**	,721**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X3.6	Pearson Correlation	,439**	,976**	1,000*	,242*	,442**	1	,242*	,354**	1,000*	,439**	,853**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,041	,000		,041	,002	,000	,000	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X3.7	Pearson Correlation	,347**	,269*	,242*	1,000*	,693**	,242*	1	,553**	,242*	,347**	,612**
	Sig. (2-tailed)	,003	,022	,041	,000	,000	,041		,000	,041	,003	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X3.8	Pearson Correlation	,533**	,400**	,354**	,553**	,445**	,354**	,553**	1	,354**	,533**	,668**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,000	,000	,002	,000		,002	,000	,000

	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X3.9	Pearson Correlation	,439**	,976**	1,000*	,242*	,442**	1,000*	,242*	,354**	1	,439**	,853**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,041	,000	,000	,041	,002		,000	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X3.10	Pearson Correlation	1,000*	,449**	,439**	,347**	,480**	,439**	,347**	,533**	,439**	1	,718**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,003	,000	,000	,003	,000	,000		,000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Customer Experience (X3)	Pearson Correlation	,718**	,861**	,853**	,612**	,721**	,853**	,612**	,668**	,853**	,718**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

LOYALITAS PELANGGAN (Y)

		Correlations						Loyalitas Pelanggan (Y)
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
Y1	Pearson Correlation	1	,480**	,670**	,442**	,366**	,529**	,772**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,002	,000	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72
Y2	Pearson Correlation	,480**	1	,344**	,439**	,860**	,554**	,817**
	Sig. (2-tailed)	,000		,003	,000	,000	,000	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72
Y3	Pearson Correlation	,670**	,344**	1	,262*	,327**	,582**	,685**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003		,026	,005	,000	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72
Y4	Pearson Correlation	,442**	,439**	,262*	1	,338**	,432**	,670**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,026		,004	,000	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72
Y5	Pearson Correlation	,366**	,860**	,327**	,338**	1	,483**	,747**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,005	,004		,000	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72
Y6	Pearson Correlation	,529**	,554**	,582**	,432**	,483**	1	,801**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	72	72	72	72	72	72	72
Loyalitas Pelanggan (Y)	Pearson Correlation	,772**	,817**	,685**	,670**	,747**	,801**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	72	72	72	72	72	72	72
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

UJI RELIABILITAS

PERSEPSI HARGA (X1)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	72	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	72	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,916	8

DISKON (X2)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	72	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	72	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,866	6

CUSTOMER EXPERIENCE (X3)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	72	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	72	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,914	10

LOYALITAS PELANGGAN (Y)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	72	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	72	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,840	6

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,04456501
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,068
	Negative	-,086
Test Statistic		,086
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,573	,746		,767	,446		
	Persepsi Harga (X1)	,247	,110	,381	2,252	,028	,033	3,102
	Diskon (X2)	1,655	,274	1,803	6,048	,000	,011	9,331
	Customer Experience (X3)	1,376	,118	2,356	11,680	,000	,023	2,721

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,891	,473		1,884	,064
	Persepsi Harga (X1)	-,014	,069	-,134	-,205	,838
	Diskon (X2)	,194	,173	1,290	1,120	,267
	Customer Experience (X3)	-,107	,075	-1,119	-1,436	,156

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Uji T (Parsial)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,573	,746		,767	,446
	Persepsi Harga (X1)	,247	,110	,381	2,252	,028
	Diskon (X2)	1,655	,274	1,803	6,048	,000
	Customer Experience (X3)	1,376	,118	2,356	11,680	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Uji F (Simultan)

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1119,184	3	373,061	327,461	,000 ^b
	Residual	77,469	68	1,139		
	Total	1196,653	71			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Customer Experience (X3), Persepsi Harga (X1), Diskon (X2)

Uji Koefisien Determinasi (R²)



Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,967 ^a	,935	,932	1,067
a. Predictors: (Constant), Customer Experience (X3), Persepsi Harga (X1), Diskon (X2)				
b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)				

Uji Analisa Regresi Linier Berganda

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,573	,746		,767	,446		
	Persepsi Harga (X1)	,247	,110	,381	2,252	,028	,033	3,102
	Diskon (X2)	1,655	,274	1,803	6,048	,000	,011	9,331
	Customer Experience (X3)	1,376	,118	2,356	11,680	,000	,023	2,721
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)								

LAMPIRAN 5

SURAT PERMOHONAN IJIN PENELITIAN

	YAYASAN PERGURUAN 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS	TERAKREDITASI TERAKREDITASI TERAKREDITASI TERAKREDITASI
	PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1) PROGRAM STUDI AKUNTANSI (S1) PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN (S1) PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN (S2) PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU EKONOMI (S3)	Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5931800 Ext 140, 141, E-mail: feb@untag-sby.ac.id
Nomor	: 1806/K/FEB/VI/2022	
Lampiran	: -	
Perihal	: Permohonan Ijin Untuk Mengadakan Penelitian	
Kepada	: Yth. Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Jl. Semolowaru No. 45, Surabaya	
<p>Dengan hormat, Sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Strata 1, maka mahasiswa diwajibkan untuk menyusun dan mempertahankan skripsi sebagai hasil penerapan pelajaran teori serta praktek yang diperoleh berdasarkan penelitian. Sehubungan dengan hal tersebut, maka dengan ini kami mohon perkenan Bapak / Ibu untuk memberikan ijin kepada mahasiswa :</p>		
Nama	: EKA SUSILAWATI	
N. P. M	: 1211800021	
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis / Manajemen	
Alamat	: Jl. Girilaya 9 No. 7A Telp/HP 085334369691	
<p>Guna melakukan penelitian pada : MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUTUS 1945 SURABAYA untuk memperoleh data sesuai dengan Skripsi yang sedang disusunnya dengan judul "PENGARUH PERSEPSI HARGA, DISKON DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK FASHION DI SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUTUS 1945 SURABAYA"</p>		
<p>Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.</p>		
<p align="right">Surabaya, 14 Juni 2022  Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak. CA NPP. 20220.93.0319</p>		


LAMPIRAN 6

SURAT PERSETUJUAN MELAKUKAN PENELITIAN


	YAYASAN PERGURUAN 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA		
	UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA		
	FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS		
	<small>PROGRAM STUDI EKONOMI BISNIS (S1) PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1) PROGRAM STUDI AKUNTANSI (S1) PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN (S2) PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU EKONOMI (S3)</small>		<small>TERAKREDITASI TERAKREDITASI TERAKREDITASI TERAKREDITASI TERAKREDITASI</small>
<small>Kampus Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5925289, 082233788126 E-mail: fe@untag-y.ac.id</small>			
Nomor	: 1825/K/FEB/VI/2022		25 Mei 2022
Lampiran	: -		
Perihal	: Telah Melakukan Penelitian		
Kepada	: Yth. Sdr. Eka Susilawati Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya		
<p>Menindak lanjuti surat dari sdr. No. 1806/K/FEB/VI/2022 perihal pengambilan data pada mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus Untag Surabaya, dengan ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya tidak keberatan terhadap kegiatan penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa atas nama:</p>			
Nama	: Eka Susilawati		
N.P.M	: 1211800021		
Fakultas / Program Studi	: Manajemen		
Alamat	: Jl. Girilaya 9 No. 7A		
No. HP	: 085334369691		
<p>Dalam rangka penyusunan Skripsi dengan topik penelitian "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"</p>			
<p>Demikian surat ini dibuat agar dipergunakan sebagai mana mestinya</p>			
		 Dekan	
		 Dr. Slamet Riyadi, MSi., Ak. CA NPP. 20220.93.0319	

LAMPIRAN 7

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5925289, E-mail: info@untagsby.ac.id



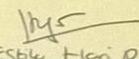
SEMESTER
~~Gesat~~ / Genap

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa / NBI : Eka Susilawati / 1211800021
 Nama Pembimbing : Dr. Estik Hari Prastiwi, SE,MM
 Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Diskon dan Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
 Mulai Program Skripsi : Semester Thn. Ak. Selesai Bimbingan Tanggal

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1	1-4-2022	proposal	Revisi	JES
2	8-4-2022	proposal	Revisi	JES
3	10-4-2022	proposal	ACC	JES
4	12-5-2022	Bab I, II, III	Revisi	JES
5	15-5-2022	Bab I, II, III	ACC	JES
6	3-6-2022	Bab IV, V	Revisi	JES
7	21-6-2022	Bab IV, V	Revisi	JES
8	25-6-2022	Bab IV, V	ACC	JES

Perpanjangan I _____
 Semester : _____
 Th. Ak. : _____
 Paraf Kajur : _____

Surabaya, 29-6-2022

Dr. Estik Hari Prastiwi, SE,MM
 (Nama)

Scanned by TapScanner

Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion Shopee

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES



Exclude quotes On

Exclude matches < 3%

Exclude bibliography [On](#)