

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ONLINE
SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA**



SKRIPSI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Oleh

Sayful Anam

NBI : 1211900040

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2023

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ONLINE
SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA**

SKRIPSI

**Di ajukan untuk memenuhi persyaratan guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

Oleh :

SAYFUL ANAM

NBI : 1211900040

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Sayful Anam
NBI : 1211900040
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Online Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 08 Juni 2023

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing


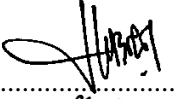
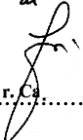


Dr. Ec. I. A. Brahmayanti, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Dipertahankan didepan siding Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal:....., Juni 2023.

TIM PENGUJI

- | | | |
|------------------------------------|----------------|--|
| 1. Dr. Nanis Susanti, MM | - Ketua..... |  |
| 2. Dra.Ec.I.A. Sri Brahmayanti. MM | - Anggota..... |  |
| 3. Dr, Ulfi Pristiana. M.Si | - Anggota..... |  |

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan



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

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap : Sayful Anam
2. NBI : 1211900040
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3515121409000004
6. Alamat Rumah : Desa Sumokembangsri, Dusun Luwung
RT028 RW004

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul

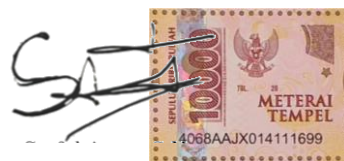
Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap
Kepuasan Konsumen Online Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiasi atau menyalin 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 Tujuh Belas Agustus Surabaya.

Surabaya, 19 Juni 2023

Yang Membuat



Sayful Anam



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya mahasiswa :

Nama : Sayful anam
NBI : 1211900040
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Prograam Studi : Manajemen
Jenis Karya : ~~Tugas Akhir~~/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

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 KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ONLINE SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN 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, mengolahh dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 18 Juli 2023

Yang Menvatakan



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan terima kasih 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 kebanggaan. 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. Ec. I. A. Brahmayanti, M.M. selaku Pembimbing dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 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 dan yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Prof. 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 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Atas kesematan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. 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 hingga ujian skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama perkuliahan.

6. Kepada keluarga terutama kedua orang tua. Terima kasih telah memberikan tenaga, doa, serta pengertian dalam menjalani proses perkuliahan sehingga dapat menyelesaikannya hingga skripsi dengan kelancaran.
7. Kepada teman-teman yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu. Terima kasih telah memberikan dorongan dan motivasi serta semangat selama ini sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir perkuliahan tepat pada waktunya.
8. Kepada NIM 19080694001 yang telah menemani penulis pada hari-hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan Tugas Akhir. Terima kasih selalu memberi semangat dan motivasi serta telah menjadi bagian dari perjalanan penulis hingga sekarang ini.
9. Kepada diri saya sendiri. Terima kasih sudah bisa kuat, dan selalu semangat dalam menjalani proses perkuliahan sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir atau skripsi ini dengan kelancaran.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak cacat cela dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Motto saya adalah “Dalam tiap jerih payah ada keuntungan, tetapi kata-kata belaka mendatangkan kekurangan saja”. Maka lakukan, kerjakan, kejarlah sampai hal itu tercapai, supaya yang diharapkan bukan hanya sebagai katakata belaka yang akan mendatangkan kekecewaan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih

Surabaya , 23 Maret 2023



(Sayful Anam)

RINGKASAN

Pada saat ini mayoritas masyarakat telah mengenal internet dan smartphone. Dengan kemajuan dan berkembangnya teknologi menjadikan internet semakin cepat. Beragam kalangan masyarakat dapat mengakses internet kapanpun dan dimanapun. Internet memiliki berbagai kemanfaatan, diantaranya ialah berbelanja. Menurut peneliti diantara e-commerce yang perkembangannya tergolong cepat di Indonesia ialah Shopee, akan tetapi apakah produk yang ditawarkan shopee kualitasnya bagus, dan harga yang ditawarkan relative terjangkau atau kualitas layanan jasanya sangat profesional sehingga membuat konsumen merasa puas dan menjadikan Shopee sebagai salah satu marketplace favorit dari para konsumen. Beberapa masalah keluhan yang diberikan para pengguna aplikasi Shopee, diantaranya terdapat keluhan yang berkaitan dengan kualitas produk, pelayanan, dan harga. Hal tersebut dapat bisa berdampak pada kelangsungan operasional perusahaan jika tidak diperbaiki. Keluhan yang disampaikan dari pengguna shopee menunjukkan bahwa adanya beberapa faktor yang menimbulkan kekecewaan terhadap penggunaannya.

Adapun tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Menurut PPDIKTI tahun 2022 tercatat 1.646 mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen yang menjadi populasi dalam penelitian ini, akan tetapi mahasiswa yang menggunakan aplikasi Shopee tidak diketahui dengan jelas jumlahnya oleh karena itu teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Lemeshlow dengan teknik non probability sampling dan mendapatkan hasil 100 untuk dijadikan sampel. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif untuk mengetahui hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen, sehingga penelitian ini menggunakan sampel dan hipotesis.

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (t), uji simultan (F), dan uji koefisien determinasi (R^2), sedangkan uji asumsi klasik yang digunakan antara lain, uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa penelitian ini memenuhi, antara lain 1). Residual berdistribusi normal; 2). Model regresi bebas dari multikolinieritas; 3). Model regresi bebas dari autokorelasi; 4). Model regresi bebas dari heteroskedastisitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan secara parsial variabel kualitas pelayanan

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

SUMMARY

At this time the majority of people are familiar with the internet and smartphones. With the advancement and development of technology, the internet is getting faster. Various groups of people can access the internet anytime and anywhere. The internet has many benefits, one of which is shopping. According to researchers, one of the e-commerce developments that is developing relatively fast in Indonesia is Shopee, but are the products offered by Shopee of good quality, and the prices offered are relatively affordable or the quality of the services is very professional so as to make consumers feel satisfied and make Shopee one of the favorite marketplaces from consumers. Some of the complaints problems raised by Shopee application users include complaints related to product quality, service, and price. This can have an impact on the continuity of the company's operations if not corrected. Complaints submitted from shopee users show that there are several factors that cause disappointment to users.

The purpose of this study is to determine the effect of service quality, product quality and price perceptions on consumer satisfaction in students at the University of 17 August 1945 Surabaya. According to PPDIKTI in 2022, 1,646 students from the Faculty of Economics and Business Management Study Program were recorded as the population in this study, but the number of students using the Shopee application is not clearly known, therefore the sampling technique uses the lemeshlow formula with a non-probability sampling technique and obtains result of 100 to be sampled. This research is a quantitative study to determine the relationship between the independent variables and the dependent variable, so this research uses samples and hypotheses.

The analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis. Hypothesis testing uses partial test (t), simultaneous test (F), and coefficient of determination test (R^2), while the classic assumption test used includes normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. The results of the classic assumption test show that this study fulfills, among others 1). The residuals are normally distributed; 2). The regression model is free from multicollinearity; 3). The regression model is free from autocorrelation; 4). Free regression model of heteroscedasticity.

The results of this study indicate that simultaneously the variables of service quality, product quality and price perceptions have a significant influence on

customer satisfaction. While partially the service quality variable has a significant effect on customer satisfaction, product quality variable has a significant effect on customer satisfaction, and price perception variable has a significant effect on customer satisfaction.

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ONLINE SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Persaingan dalam berbisnis saat ini dipicu oleh berkembang pesatnya teknologi dan informasi. Pada saat ini mayoritas masyarakat telah mengenal internet dan smartphone. Internet memiliki berbagai kemanfaatan, diantaranya ialah berbelanja. Dengan situs online ataupun aplikasi, konsumen tidak harus mengunjungi tempat berbelanja, namun cukup mengakses situs yang menyediakan jual beli online, sehingga konsumen bisa melakukan pembelian produknya via online. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen online shopee pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan tehnik rumus lemeshlow. Tehnik analsisi data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY AND PRICE PERCEPTION ON CUSTOMER SATISFACTION ONLINE SHOPEE AT STUDENTS OF AUGUST 17 1945 UNIVERSITY OF SURABAYA

Competition in business today is triggered by the rapid development of technology and information. At this time the majority of people are familiar with the internet and smartphones. The internet has many benefits, one of which is shopping. With online sites or applications, consumers do not have to visit places to shop, but can simply access sites that provide online buying and selling, so that consumers can buy their products online. This study aims to determine the effect of service quality, product quality and price perceptions on online shopee customer satisfaction on students at the University of August 17, 1945 Surabaya. The number of samples used in this study were 100 respondents using the lemeshlow formula technique. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that simultaneously the variables of service quality, product quality, and price perceptions have a significant influence on customer satisfaction. While partially the service quality variable has a significant effect on customer satisfaction, the product quality variable has an effect on customer satisfaction, and the price perception variable has a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: consumer satisfaction, service quality, product quality, and price perceptions

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SEKRIPI	ii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	ii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	iv
RINGKASAN	vi
KATA PENGANTAR	v
RINGKASAN	vi
SUMMARY	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II	7
KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.3 Perilaku Konsumen	9
2.1.4 Kualitas Produk	11
2.1.5 Kualitas Pelayanan	14
2.1.6 Persepsi Harga	17

2.1.7	Kepuasan konsumen.....	19
2.2	Penelitian Terdahulu	23
2.3	Hubungan Antar Variabel	25
2.3.1	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	25
2.3.2	Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	26
2.3.3	Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	26
2.4	Kerangka Konseptual	27
2.5	Hipotesis.....	28
BAB III.....		29
METODE PENELITIAN.....		29
3.1	Desain Penelitian.....	29
3.2	Tempat Dan Waktu Penelitian	29
3.3	Jenis dan sumber data.....	29
3.4	Populasi dan sampel	30
3.4.1	Populasi	30
3.4.2	Sampel.....	30
3.5	Tekhnik pengumpulan data	31
3.5.1	Wawancara (interview)	31
3.5.2	Kuesioner (Angket).....	31
3.6	Definisi Variabel dan Definisi Operasional	32
3.6.1	Definisi Variabel	32
3.6.2	Definisi Operasional Variabel	33
3.7	Proses pengolahan data	33
3.8	Metode analisis data	35
3.8.1	Uji Kualitas Data.....	35
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	35
3.8.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	36
3.8.4	Tekhnik pengujian hipotesis.....	37

BAB IV.....	39
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	41
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	42
4.4 Uji Instrumen.....	46
4.4.1 Uji Validitas.....	46
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	48
4.4 Analisis Data	49
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	49
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	51
4.6 Pengujian Hipotesis	53
4.6.1 Uji F (Simultan).....	53
4.6.2 Uji t (Parsial)	54
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56
4.7 Pembahasan	57
4.7.1 Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen	57
4.7.2 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.....	58
4.7.3 Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen	58
4.7.4 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen	59
4.8 Implikasi Penelitian	59
BAB V.....	61
SIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Simpulan.....	61
5.2 Saran.....	62
Daftar Pustaka	63
LAMPIRAN	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rating omset marketplace di Indonesia.....	1
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	30
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 keluhan pengguna.....	2
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	42
Tabel 4.2 Kuantitas Berbelanja di Aplikasi Daring Shopee.....	42
Tabel 4.3 Hasil analisis deskriptif variabel kualitas pelayanan.....	43
Tabel 4.4 Hasil analisis deskriptif variabel kualitas produk.....	44
Tabel 4.5 Hasil analisis deskriptif variabel persepsi harga.....	45
Tabel 4.6 Hasil analisis deskriptif variabel kepuasan konsumen.....	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji multikolinieritas.....	50
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
Tabel 4.12 Hasil uji F.....	54
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	55
Tabel 4.14 hasil uji koefisien determinasi (R^2).....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	61
Lampiran 2	64
Lampiran 3	72
Lampiran 4	73
Lampiran 5	75
Lampiran 6	77
Lampiran 7	80
Lampiran 8	83
Lampiran 9	85
Lampiran 10	87
Lampiran 11	90