

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahan dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

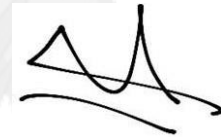
Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M., CSMA, CDM, PMA selaku Executive Director dan yang sudah membimbing dan juga memberikan banyak bantuan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M., CSMA., selaku ketua program studi manajemen yang sangat aku hormati yang terus menerus, memberikan saran yang begitu sangat membantu dalam proses pengerjaan tugas akhir ini.
3. Bapak Hananiel Mennoverdi Gunawan AAC, BA, MBA sebagai pembimbing pertama saya yang telah mencurahkan perhatian yang begitu besar, tenaga, kasih sayang serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan
4. Ibu Janice Carysa Siahaya S.M., M.M, CISMA selaku pembimbing kedua saya yang sangat aku hormati dan sayangi yang telah dengan penuh kasih selalu membimbing dan menuntun saya terus menerus, memberikan saran yang begitu sangat membantu dalam proses pengerjaan tugas akhir ini sehingga saya boleh menyelesaikan tugas akhir ini dengan begitu baik.
5. Keluarga saya, papa Sebastianus Budi Santosa S.H., dan mama Ida Ayu Komang Irawati S.E., yang telah dengan penuh kasih dan sayang yang selalu mensupport dan mendoakan saya dan dukungan finansial selama berkuliah dan pembuatan skripsi.
6. Terimakasih kepada Felix Steven Silalahi yang selalu memberikan dukungan, hiburan, bahkan turut susah menemani dalam menyelesaikan skripsi bersama sama.
7. Sahabat saya sean, gerald, kevin, victor, akira, yakob, celine, hafez, alex, edo yang selalu membantu saya dalam segala hal selama berkuliah

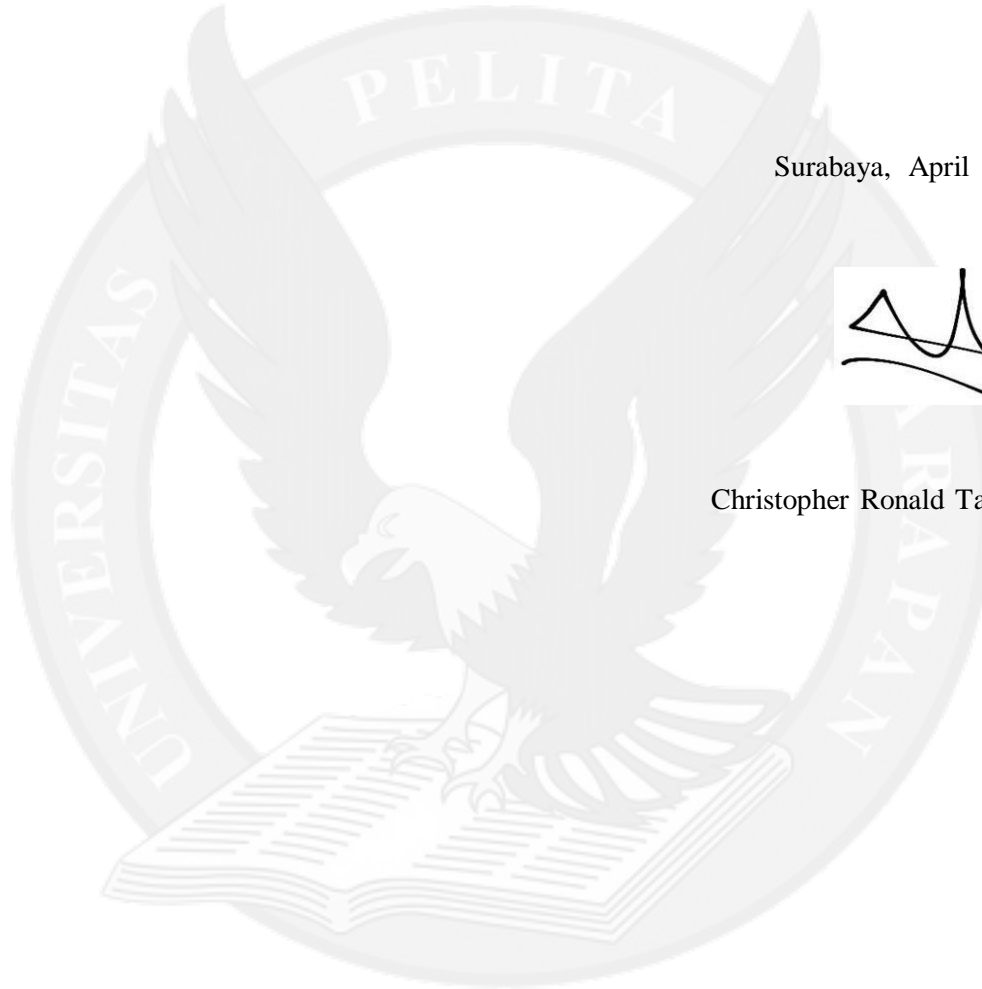
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, April 2022



Christopher Ronald Tanadji



## DAFTAR ISI

Pernyataan dan Persetujuan Unggah Tugas Akhir .....	i
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	17
1.3 Rumusan Masalah.....	18
1.4 Tujuan Penelitian .....	18
1.5 Manfaat Penelitian .....	19
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	19
1.5.2 Manfaat Praktis.....	19
1.6 Sistematika Penulisan .....	20
BAB II.....	21
2.1 Landasan Teori .....	21
2.2 Customer Loyalty .....	21
2.3 Customer Satisfaction .....	22
2.4 Efficiency.....	23
2.5 Customer Service.....	24
2.6 Trust .....	25
2.7 Product Quality.....	26
2.8 Application Appearance.....	27
2.9 Penelitian Terdahulu .....	28
2.10 Pengembangan Hipotesis .....	30
2.10.1 Pengaruh Efficiency terhadap Customer Satisfaction .....	30
2.10.2 Pengaruh Customer Service terhadap Customer Ssatisfaction .....	30

2.10.3 Pengaruh Trust terhadap Customer Satisfaction .....	31
2.10.4 Pengaruh Product Quality terhadap Customer Satisfaction.....	31
2.10.5 Pengaruh Application Appearance terhadap Customer Satisfaction.....	31
2.10.6 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty .....	32
2.11 Model Penelitian.....	34
2.12 Bagan Alur Berpikir .....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
3.2 Populasi dan Sampel.....	37
3.2.1 Populasi .....	37
3.2.2 Sampel .....	38
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	44
3.4.1 Definisi Operasional .....	44
3.4.2 Pengukuran Variabel.....	48
3.5 Metode Analisis Data.....	49
<b>BAB IV.....</b>	<b>59</b>
<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	59
4.2 Analisis Data.....	60
4.2.1 Analisis Profil Responden .....	60
4.2.2 Analisis Nilai Rata-Rata Jawaban Responden.....	62
4.2.2.1 Analisis Variabel <i>efficiency</i> .....	63
4.2.2.2 Analisis Variabel <i>Customer Service</i> .....	64
4.2.2.3 Analisis Variabel <i>trust</i> .....	66
4.2.2.4 Analisis Variabel <i>product quality</i> .....	68
4.2.2.5 Analisis Variabel <i>application appearance</i> .....	70
4.2.2.6 Analisis Variabel <i>customer satisfaction</i> .....	71

4.2.2.7	Analisis Variabel <i>customer loyalty</i> .....	73
4.2.3	Pengujian Data .....	74
4.2.3.1	Uji Validitas .....	74
4.2.3.2	Uji Reliabilitas.....	78
4.2.3.3	Uji Asumsi Klasik .....	79
4.3	Analisis Kausalitas .....	88
4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	88
4.3.1.1	Persamaan Regresi Linier Berganda.....	89
4.3.1.2	Koefisien Korelasi .....	90
4.3.1.3	Koefisien Determinasi .....	90
4.3.2	Analisis Regresi Linier Sederhana .....	91
4.3.2.1	Persamaan Regresi Linier Sederhana .....	91
4.3.2.2	Koefisien Korelasi .....	92
4.3.2.3	Koefisien Determinasi .....	92
4.3.3	Model Penelitian Keseluruhan .....	92
4.4	Pengujian Hipotesis .....	93
4.4.1	Uji F (Pengujian Simultan) .....	93
4.4.1	Uji t (Uji Parsial) .....	94
4.5	Pembahasan .....	95
BAB V .....		110
PENUTUP .....		110
5.1	Simpulan.....	110
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis .....	110
5.1.1.1	Pengaruh <i>Efficiency</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i> .....	110
5.1.1.2	Pengaruh <i>Customer service</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i> .....	110
5.1.1.3	Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i> .....	111
5.1.1.4	Pengaruh <i>product quality</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i> .....	111
5.1.1.5	Pengaruh <i>application appearance</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i> .	112
5.1.1.6	Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> Terhadap <i>Customer loyalty</i> .....	112

5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	113
5.2	Implikasi .....	113
5.2.1	Implikasi Teoritis .....	113
5.2.2	Implikasi Manajerial .....	115
5.3	Rekomendasi.....	116
	DAFTAR PUSTAKA .....	118



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tabel Persaingan Shopee .....	8
Gambar 1.2 Logo Shopee .....	9
Gambar 1.3 Kedudukan Shopee Teratas .....	10
Gambar 1.4 Survei Kepuasan Pelanggan untuk Aplikasi Shopee .....	13
Gambar 1.5 Fitur Pencarian, Filter, Urutkan, dan Kategori di Aplikasi Shopee .....	13
Gambar 1.6 Fitur Pusat Informasi Bantuan, Live Chat dan Informasi Layanan .....	14
Gambar 1.7 Informasi Promo dan Status Pemesanan di Aplikasi Shopee Sumber .....	15
Gambar 1.9 Tampilan pada Aplikasi Shopee .....	16
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	34
<i>Gambar 4. 1 Shopee</i> .....	59
Gambar 4. 2 Jenis Kelamin Responden .....	60
Gambar 4. 3 Usia Responden .....	61
Gambar 4. 4 Observed Cum Prob .....	80
Gambar 4. 5 Observed Cum Prob .....	82
Gambar 4. 6 Regression Standarized .....	84
Gambar 4. 7 Regression Standradlized .....	86
Gambar 4. 8 Model Penelitian .....	93

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.2 Operasional Variabel .....	40
Tabel 4. 1Jenis Kelamin Responden.....	60
Tabel 4. 2Profil responden berdasarkan umur.....	61
Tabel 4. 3Profil responden berdasarkan umur.....	62
Tabel 4. 4Interval Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden.....	62
Tabel 4. 5Tabel analisis variable efficiency .....	63
Tabel 4. 6Tabel analisis variable customer service.....	64
Tabel 4. 7Tabel analisis variable trust .....	67
Tabel 4. 8tabel analisis variable product quality .....	68
Tabel 4. 9tabel analisis variable application appearance .....	70
Tabel 4. 10tabel analisis variable customer satisfaction .....	71
Tabel 4. 11tabel analisis variable customer loyalty .....	73
Tabel 4. 12Variabel Efficiency .....	75
Tabel 4. 13Variabel Customer Service .....	75
Tabel 4. 14Variabel Trust .....	76
Tabel 4. 15Variabel Product Quality .....	76
Tabel 4. 16Variabel Application Appearance .....	77
Tabel 4. 17Variabel Customer Satisfaction.....	77
Tabel 4. 18Variabel Customer Loyalty.....	78
Tabel 4. 19Uji Reliabilitas .....	79
Tabel 4. 20Uji Normalitas.....	81
Tabel 4. 21Uji Nromalitas:.....	82
Tabel 4. 22Uji Multikolinieritas .....	83
Tabel 4. 23Uji Heterokedastisitas.....	85
Tabel 4. 24Uji Heterokedastisitas.....	86
Tabel 4. 25Uji Linieritas.....	87
Tabel 4. 26Uji Linierity .....	88
Tabel 4. 27Hasil Uji F.....	93
Tabel 4. 28Hasil Uji t.....	94
Tabel 4. 29Perbandingan Inikator Terpenting dan Terbaik .....	104
Tabel 4. 30Perbandingan Indikator Terbaik dan Indikator Terpenting.....	104
Tabel 4. 31Perbandingan Indikator terbaik dan Indikator Terpenting.....	105
Tabel 4. 32Perbandingan Indikator terbaik dan Indikator Terpenting.....	106
Tabel 4. 33Perbandingan Indikator terbaik dan Indikator Terpenting.....	107
Tabel 4. 34Perbandingan Indikator terbaik dan Indikator Terpenting.....	108
Tabel 4. 35Perbandingan Indikator terbaik dan Indikator Terpenting.....	109
Tabel 5. 1Implikasi Teoritis .....	113
Tabel 5. 2Implikasi Manajerial .....	116



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER ..... 64

