

**PENGARUH E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN
(STUDI KASUS PEMBELIAN ONLINE PADA PRODUK MERK ERIGO)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh:

IMALLAH NOR FADILLAH

NPM : 19420044

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2022

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Imallah Nor Fadillah
Npm : 19420044
Alamat : Ds.Kedamean RT:11 RW:04 Kec.Kedamean Kab.Gresik
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**PENGARUH E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pembelian Online pada Produk Merk Erigo)**” bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, Januari 2023

Yang membuat pernyataan



IMALLAH NOR FADILLAH

19420044

SKRIPSI

**PENGARUH E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN**

(Studi Kasus Pembelian Online pada Produk Merk Erigo)

Diajukan oleh :

IMALLAH NOR FADILLAH

NPM : 19420044

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Drs Ec. GIMANTO GUNAWAN, MM, M.Ak

Tanggal, 29 Desember 2022

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. KRISTININGSIH, S.E., M.Si.

Tanggal, 29 Desember 2022

SKRIPSI

**PENGARUH E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PEMBELIAN ONLINE PADA PRODUK MERK ERIGO**

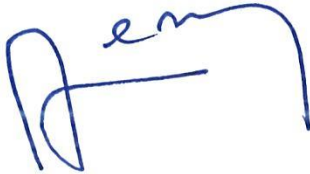
Dipersiapkan dan disusun oleh:

IMALLAH NOR FADILLAH

NPM : 19420044

Susunan Dewan Penguji

Sekretaris Tim Penguji



Drs Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak

Ketua Tim Penguji



Dewi Nuraini, SE., M.SM

Anggota Tim Penguji



Djojo Dihadjo, SE. MM. MAk

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 26 Januari 2023

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang alhamdulillah telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PEMBELIAN ONLINE PADA PRODUK MERK ERIGO”. Dengan melalui proses dan pengalaman yang luar biasa tidak mudah, sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1) jurusan Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan sangat berterimakasih kepada :

1. Bapak Prof. DR. H Widodo Ario K. Sp., THT – KL, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Serta Dosen Pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan bimbingan serta memberikan pengarahan dalam penyelesaian skripsi.
3. Ibu Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Atty Erdiana, SE, M.Ak selaku Dosen Wali yang telah banyak membantu saya memberikan arahan dan nasihat dari awal perkuliahan.

5. Kedua orang tua, Ayahanda Imam Faizin dan Ibunda Khulifah Astutik serta Adik tercinta, Kevin Lutf Iskandar Mirza yang selalu memberikan semangat serta doa agar selalu diberi kemudahan dalam mengerjakan skripsi supaya cepat selesai, dan mengajarkan untuk menomorsatukan pendidikan.
6. Keluarga besar, dari ayah maupun ibu, yang telah memberikan motivasi, semangat, serta doa.
7. Teman-teman manajemen A angkatan 2019, khususnya Eva Oktaviani Putri, Etha Patrichia, Andina Mayang Sari, Mahilda Putri Damayanti dan Niken Ayu Gabriella Efenti partner saya bertukar pikiran selama 3,5 tahun masa perkuliahan dan yang banyak memberikan pengalaman proses menyelesaikan skripsi.
8. Sahabat saya Meylany Putri Winarti yang selalu menjadi tempat keluh kesah selama pengerjaan skripsi ini.

Demikian kata pengantar sebagai pembuka dari skripsi ini. Dalam skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis menerima kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan penulisan. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi banyak pihak. Terimakasih.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.2 E-Commerce.....	11
2.2.1 Pengertian E-Commerce	11
2.2.2 Jenis-Jenis E-Commerce	14
2.2.3 Kelebihan E-Commerce	16
2.2.4 Kekurangan E-Commerce	17
2.2.5 Manfaat menggunakan e-commerce dalam dunia bisnis	17
2.3 Kepuasan Konsumen	19
2.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	19
2.3.2 Faktor – Faktor Kepuasan Konsumen.....	21
2.3.3 Mengukur Kepuasan Konsumen	22
2.4 Hubungan E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen.....	23
2.5 Peneliti Terdahulu	24

2.6	Hipotesis dan Model Analisa	25
2.6.1	Hipotesis.....	25
2.6.2	Model Analisa	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		27
3.1	Pendekatan Penelitian.....	27
3.2	Populasi dan Sampel	27
3.2.1	Populasi	27
3.2.2	Sampel.....	28
3.3	Identifikasi Variabel	28
3.4	Definisi Operasional Variabel	29
3.5	Jenis dan Sumber Data	30
3.5.1	Jenis Data	30
3.5.2	Sumber Data.....	31
3.6	Prosedur Pengumpulan data	31
3.7	Teknik Analisis Data	32
3.7.1	Uji Instrumen	32
3.7.2	Uji Validitas	32
3.7.3	Uji Reliabilitas	32
3.8	Uji Model	33
3.8.1	Analisis Resgresi Linier Sederhana	33
3.9	Uji Hipotesis.....	33
3.9.1	Uji T	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		36
4.1	Gambaran Umum Erigo	36
4.1.1	Profil Singkat Erigo.....	36
4.1.2	Visi dan Misi Erigo	38
4.2	Karakteristik Responden	38
4.2.1	Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	39
4.2.2	Berdasarkan Usia Responden.....	39
4.3	Distribusi Frekuensi	40
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>E-Commerce</i>	40

4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Kepuasan Konsumen</i>	40
4.4	Hasil Analisis Data dan Pembahasan	42
4.4.1	Uji Validitas	42
4.4.2	Uji Reliabilitas	44
4.4.3	Analisis Regresi Linier Sederhana	45
4.4.4	Uji Hipotesis.....	46
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		48
5.1	Kesimpulan.....	48
5.2	Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA		50
LAMPIRAN.....		52

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu	
Tabel 2.6 Model Analisa	
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan usia	39
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	40
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	42
Tabel 4. 5 Uji Validitas X	43
Tabel 4. 6 Uji Validitas Y	43
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas	44
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Regresi Sederhana	45
Tabel 4. 9 Uji T	46
Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi R ²	44

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	52
LAMPIRAN 2 DATA TANGGAPAN RESPONDEN	55
LAMPIRAN 3 UJI VALIDITAS DAN REABILITAS.....	59
LAMPIRAN 4 UJI REGRESI LINIER SEDERHANA, UJI T DAN UJI KEOFISIEN DETERMINASI R ²	63
LAMPIRAN 5 TABEL PENGUJIAN NILAI T.....	66

ABSTRAK

Berbelanja melalui e-commerce telah memudahkan para pembeli yang sibuk dan tidak memiliki waktu untuk pergi berbelanja barang yang dicari atau dibutuhkan dan pastinya menghemat waktu dan tenaga serta lebih mudah, praktis, mudah dicari, informasi yang diberikan lebih detail serta biasanya harga yang ditawarkan lebih terjangkau bahkan lebih murah dibandingkan dari harga di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih mendalam tentang pengaruh e-commerce terhadap kepuasan konsumen pada usaha kecil menengah. Penelitian ini dilakukan dengan pemberian kuesioner kepada 50 responden. Data diolah dan dianalisis menggunakan regresi linier sederhana untuk mengetahui hubungan antara variabel e-commerce (X) dan variabel kepuasan konsumen (Y) dengan bantuan software SPSS. Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan pengaruh yang signifikan antara variabel e-commerce dengan kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan angka korelasi antara e-commerce dengan kepuasan konsumen adalah sebesar 0,235 yang berarti memiliki hubungan yang positif. Hasil pengujian menggunakan uji-t diperoleh nilai t-hitung, variabel e-commerce yaitu 2.780 dengan nilai signifikansi sebesar 0,008. Sehingga ($0,008 < 0,05$) artinya variabel e-commerce berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan konsumen pada produk merk Erigo.

Kata kunci : *e-commerce shopee, kepuasan konsumen*

ABSTRACT

Shopping through e-commerce has made it easier for buyers who are busy and don't have time to go shopping for the items they are looking for or need and certainly save time and effort and are easier, practical, easy to find, the information provided is more detailed and usually the prices offered are more affordable even cheaper than the price on the market. This study aims to find out more deeply about the effect of e-commerce on consumer satisfaction in small and medium enterprises. This research was conducted by giving questionnaires to 50 respondents. The data was processed and analyzed using simple linear regression to find out the relationship between e-commerce variables (X) and consumer satisfaction variables (Y) with the help of SPSS software. Based on the results and discussion it can be concluded that there is a positive relationship and a significant influence between e-commerce variables and consumer satisfaction. This is evidenced by the correlation number between e-commerce and consumer satisfaction which is 0.235 which means it has a positive relationship. The test results using the t-test obtained the t-count value, the e-commerce variable is 2,780 with a significance value of 0.008. So $(0.008 < 0.05)$ means that the e-commerce variable has a significant and positive effect on consumer satisfaction variables on Erigo brand products.

Keywords: *e-commerce shopee, consumer satisfaction*