

**PENGARUH FITUR LAYANAN DAN PERCEIVED QUALITY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE DI SURABAYA**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

NETANYA RANITA MANUEL

NPM : 20420037

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2024

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Netanya Ranita Manuel
NPM : 20420037
Alamat : Jl. Manukan Indah III 19C/19, Surabaya
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan skripsi dengan judul “PENGARUH FITUR LAYANAN DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE DI SURABAYA” adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 10 Februari 2024

Yang membuat pernyataan



(Netanya Ranita Manuel)

NPM : 20420037

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH FITUR LAYANAN DAN PERCEIVED QUALITY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

NETANYA RANITA MANUEL

NPM 20420037

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dajah Julindrastuti, S.E., M.Ak

Tanggal, 16-1-2024

KETUA PROGRAM STUDI



Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM

Tanggal, 30 Januari 2024

SKRIPSI

**PENGARUH FITUR LAYANAN DAN PERCEIVED QUALITY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE DI SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

NETANYA RANITA MANUEL

NPM 20420037

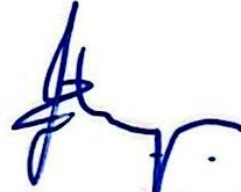
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Dijah Julindrastuti, S.E., M.Ak

Anggota Dewan Penguji Lain



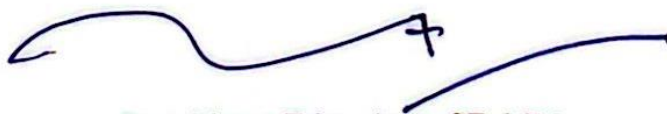
Dr. Santirianingrum Soebandhi, SE., M.Com.

Anggota Dewan Penguji Lain



Lestari, S.E., MM

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen
Tanggal ...30 Januari 2024...**



**Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM
Ketua Program Studi Manajemen**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa memberikan berkah dan karunia-Nya, sehingga penulisan skripsi berjudul **"PENGARUH FITUR LAYANAN DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SURABAYA"** dapat diselesaikan dengan baik, yang merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana (S1) dalam program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah menerima banyak, dukungan, bantuan, doa, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, dengan kerendahan hati dan penuh rasa hormat, penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak, terutama yang saya hormati :

1. Bapak Prof. Dr. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, Sp. THT-KL(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak selaku Dekan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dajah Julindrastuti, S.E., M.Ak selaku dosen pembimbing yang telah bersedia menyempatkan dan meluangkan waktu dalam mengarahkan,

membimbing, serta memberi saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.


5. Ibu Dewi Nuraini, SE.,M.SM selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan dan bantuan bagi penulis selama kuliah serta memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu dalam kegiatan belajar mengajar selama di kampus.
7. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang terkait pelayanan administrasi selama masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua, Ibu tercinta Lidiawati, Ayah tercinta Amril, Adik tersayang Vanessa, dan Emak terkasih Sulastri yang senantiasa mau mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan doa dan dukungan penuh sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
9. Diri sendiri yang telah kuat lahir dan batin serta mental untuk menyelesaikan masa kuliah dan penulisan skripsi ini.
10. Sahabat saya Mahadewi, Icha, Septiana, Rachmalia, Therezia, Aulia, Wahyu, Alvan, dan Mas Ridho yang senantiasa memberikan semangat, saran dan kritik dalam penulisan skripsi ini.
11. Sahabat magang Kampus Merdeka Angkatan 5 Clara, Zefanya, Dennis, Yusuf, Kak Ravita, dan Kak Novita yang senantiasa menyemangati penulis yang sedang dalam proses penyusunan skripsi bersamaan dengan proses magang selama 5 bulan.

12. Rekan-rekan seangkatan 2020 di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, terimakasih telah memberikan kenangan dan bantuan selama masa kuliah.

13. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu tetapi tetap penulis akan mengucapkan rasa terimakasih sebesar-besarnya.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberikan berkah atas segala jasa, kebaikan, dan bantuan yang diberikan kepada penulis. Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, baik sebagai pengetahuan tambahan, maupun sebagai pandangan untuk penelitian selanjutnya.

Surabaya, 10 Februari 2024

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'N' followed by several vertical strokes and a horizontal line at the bottom.

Netanya Ranita Manuel

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Marketplace	13
2.1.2 Fitur Layanan.....	14
2.1.3 Perceived Quality.....	16
2.1.4 Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Sebelumnya	23
2.3 Hipotesis dan/ atau Model Analisis	30
2.3.1 Hipotesis	30
2.3.2 Model Analisis	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Pendekatan Penelitian.....	32
3.2 Populasi dan Sampel	32
3.2.1 Populasi.....	32

3.2.2 Sampel	33
3.3 Identifikasi Variabel.....	34
3.3.1 Variabel Independen	34
3.3.2 Variabel Dependen	34
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.4.1 Fitur Layanan.....	35
3.4.2 <i>Perceived Quality</i>	36
3.4.3 Keputusan Pembelian	37
3.5 Jenis dan Sumber Data	38
3.5.1 Jenis Data	38
3.5.2 Sumber Data	38
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	39
3.7 Teknik Analisis Data.....	40
3.7.1 Uji Validitas	40
3.7.2 Uji Reliabilitas	40
3.7.3 Uji Regresi Linear Berganda	41
3.7.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	42
3.7.5 Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	44
4.1.1 Sejarah Shopee.....	44
4.2 Deskripsi Hasil Jawaban Responden.....	45
4.2.1 Karakteristik Responden.....	45
4.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	49
4.3 Hasil Analisis Data	53
4.3.1 Hasil Uji Instrumen.....	53
4.3.2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
4.3.3 Hasil Pengujian Hipotesis.....	58
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
4.4.1 Pengaruh Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian Shopee	61
4.4.2 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian Shopee..	62
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....	64

5.1 Simpulan.....	64
5.2 Saran	64
5.3 Keterbatasan Penelitian	65
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Indikator IPSOS Maret 2023	6
Tabel 1.2 <i>Research gap</i> Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	7
Tabel 1.3 <i>Research gap Perceived Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	8
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Sebelumnya	23
Tabel 2.2 Persamaan Dan Perbedaan Dengan Penelitian Sebelumnya	27
Tabel 3.1 Skala Likert	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	48
Tabel 4.5 Kategori Masing-Masing Variabel	49
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Fitur Layanan (X1)	50
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Perceived Quality</i> (X2).....	51
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda	56
Tabel 4.12 Hasil Uji F	58
Tabel 4.13 Hasil Uji t	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Shopee Video.....	2
Gambar 1.2	Voucher dan Cashback Shopee	3
Gambar 1.3	Shopee Live.....	4
Gambar 1.4	Layanan Paylater Paling Sering Digunakan di Indonesia	5
Gambar 2.1	Kerangka Model Analisis	31
Gambar 4.1	Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian.....	60
Gambar 4.1	Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN.....	71
LAMPIRAN II DATA TABULASI.....	78
LAMPIRAN III HASIL OLAH DATA SPSS	94

ABSTRAK

Perkembangan Shopee di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dibandingkan dengan marketplace lainnya. Hal ini dipicu oleh kemajuan fitur layanan yang dimiliki, memberikan pengalaman kualitas yang positif bagi konsumen. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini untuk menilai dampak fitur layanan dan *perceived quality* terhadap keputusan pembelian Shopee di Surabaya. Jenis dari penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Populasi riset ini adalah masyarakat Surabaya. Jumlah sampel yaitu 101 responden dengan menggunakan *Purposive Sampling* yang memiliki kriteria seseorang yang berumur 17 tahun ke atas dan memiliki pengalaman pembelian produk di Shopee. Data diolah menggunakan IBM SPSS *Statistics* versi 20. Analisis data menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa dampak Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian signifikan secara statistik, *Perceived Quality* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Fitur Layanan dan *Perceived Quality* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Fitur Layanan, *Perceived Quality*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The growth of Shopee in Indonesia has witnessed substantial expansion in comparison to other online marketplaces. This surge can be attributed to the progression of its service features, contributing to a positive quality experience for consumers. The objectives of this study was to examine the influence of service features and perceived on Shopee purchasing decisions in Surabaya. This research is categorized as quantitative, focusing on the population of Surabaya residents. A sample of 101 respondents was chosen through Purposive Sampling, with the criteria being individuals aged 17 years and above who have previously made purchases on Shopee. Data analysis was conducted using IBM SPSS Statistics version 20, utilizing multiple linear regression analysis. The outcomes of this study reveal that the impact of Service Features significantly on Purchasing Decisions is statistically significant, Perceived Quality significantly influences Purchasing Decisions, and both Service Features and Perceived Quality play a notable role in shaping Purchasing Decisions.

Keywords: *Service Features, Perceived Quality, Purchase Decision*