

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
MARKETPLACE SHOPEE  
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji)**

**MARIA PAULA  
NIM. 180461201088**



**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI  
TANJUNGPINANG  
2022**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Maria Paula  
Nim : 180461201088  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen *Marketplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji)

Disetujui untuk digunakan dalam mengajukan Sidang Skripsi.

Tanjungpinang, Juni 2022

Menyetujui

Dosen Pembimbing I



Abdul Jalal, S.E., M.Si  
NIP. 198508222019031012

Dosen Pembimbing II



Risdv Absari Indah Pratiwi, S.E., M.Si  
NIP. 199012132018032001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Maritim Raja Ali Haji



Abdul Jalal, S.E., M.Si  
NIP. 198508222019031012

**LEMBAR PENGESAHAN**

Nama : Maria Paula  
Nim : 180461201088  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen *Marketplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji)


Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dosen Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Menyetujui,


Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

  
Abdul Jalal, SE., M.Si  
NIP. 198508222019031012

  
Risdv Absari Indah Pratiwi, SE., M.Si  
NIP. 199012132018032001

Panitia Penguji


Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Roni Kurniawan, S.Sos., M.Si</u> NIDN. 0003107708	Ketua Penguji		17/7/22
<u>Abdul Jalal, SE., M.Si</u> NIP. 198508222019031012	Penguji I		11/7/22
<u>Hi. Iranita, SE., M.Si</u> NIDN. 1027087003	Penguji II		19/7/2022
<u>Risdv Absari Indah Pratiwi, SE., M.Si</u> NIP. 199012132018032001	Penguji III		16/8/22
<u>Firmansyah Kusasi, ST., MBA</u> NIDN. 1020116701	Penguji IV		19/7/22

Tanggal Lulus : 04 Juli 2022

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi  
  
Dr. Hj. Asmaul Husna, SE., Ak., MM., CA  
NIDN. 1001077101

Ketua Program Studi

  
Abdul Jalal, S.E., M.Si  
NIP. 198508222019031012

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Maria Paula  
Nim : 180461201088  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen *Marketplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyampaian dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, 04 Juli 2022



Maria Paula

180461201088

## **ABSTRACT**

*Paula, 2022 : The Effect of Product Quality, Price, and Trust on Shopee Marketplace Consumer Loyalty (Study of Raja Ali Haji Maritime University Students) Promoter.*

*Lectures: Abdul Jalal, SE., M.Si and Risdy Absari Indah Pratiwi, SE., M.Si*

*This study aims to explain Product Quality, Price, and Trust in Shopee Marketplace Consumer Loyalty. The population in this study was 100 students of the Raja Ali Haji Maritime University. Sampling with purposive sampling technique, the number of samples as many as 100 respondents. This type of research is quantitative research. In the questionnaire, validity and reliability tests were carried out. Data were analyzed using multiple linear regression analysis, including *t* test, *F* test, and coefficient of determination. The results showed that partially Product Quality (*X*1), Price (*X*2), and Trust (*X*3) variables had a significant positive effect on Consumer Loyalty (*Y*). The results of the *F* test obtained that the  $F_{\text{value}}$  20,774 with the value of  $F_{\text{table}}$  2.70 identified that the variables of Product Quality, Price, and Trust simultaneously had a significant effect on the Consumer Loyalty variable (*Y*). Based on the coefficient of determination test, about 37.5% of the Consumer Loyalty variable is influenced by the variables of Product Quality, Price, and Trust. The remaining 62.5% is influenced by other factors not described in this study.*

*Keywords : Product Quality, Price and Trust in Consumer Loyalty.*

## ABSTRAK

Paula, 2022 : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen *Marketplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji).

Dosen Pembimbing: Abdul Jalal, SE., M.Si dan Risdy Absari Indah Pratiwi, SE., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen *Marketplace* Shopee. Populasi didalam penelitian adalah 100 orang Mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji. Pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling*, maka jumlah sampel sebanyak 100 responden. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pada kuesioner dilakukan test validitas dan realibilitas. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda, termasuk uji t, uji f dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kepercayaan (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y). Hasil uji F diperoleh nilai  $F_{hitung}$  20.774 dengan nilai  $F_{tabel}$  2.70 mengidentifikasi bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Konsumen (Y). Berdasarkan Uji koefisien determinasi, sekitar 37,5% variabel Loyalitas Konsumen dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk, Harga, dan Kepercayaan. Sisanya 62.5% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci** : Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan Judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen *Marketplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji)”. penulis menyadari tanpa dukungan berbagai pihak, maka penulisan skripsi ini tidak akan selesai sebagaimana mestinya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, S.Pi, DEA Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji yang berperan penting memajukan UMRAH dan menjadi panutan bagi mahasiswa.
2. Ibu Dr. Hj. Asmaul Husna, S.E., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji yang telah memberikan ide dan pemikiran untuk kemajuan Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji.
3. Bapak Abdul Jalal, S.E., M.Si, Kepala Jurusan Manajemen Universitas Maritim Raja Ali Haji, sekaligus Pembimbing I yang telah memberikan arahan serta semangat untuk terus menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Risdy Absari Indah Pratiwi, SE, M.Si. Pembimbing II yang telah berkenan memberikan ilmunya selama bimbingan penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjalani proses perkuliahan
6. Staff Fakultas Ekonomi UMRAH yang telah membantu dan memberikan pelayanan dalam urusan administratif.

7. Bapak Agustinus Selong dan Ibu Veronika Ferry Diana Anin orang yang berpengaruh dalam berpengaruh dalam hidup, serta orang selalu memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
  8. Adik tersayang Felipus Mo'at yang senantiasa turut mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
  9. Teman terbaik Meliyana, Tika, Indri, Siska, Rana yang selalu memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
  10. Sahabat terbaik Guiliani Marescosthi Angelina, S.Pd yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
  11. Teman-teman penulis Pipi, Desmira yang sama-sama berjuang mengolah data Skripsi dan berjmeraih gelar S.M
  12. Skripsi ini saya persembahkan untuk semua pihak yang bertanya “kapan sempro” “kapan sidang” “kapan wisuda” “kapan nyusul” dan lain sejenisnya. Kalian adalah alasan saya segera menyelesaikan skripsi ini. Dan secara khusus saya persembahkan juga untuk pendamping hidup saya (kelak).
- Penulis menyadari skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran positif untuk meningkatkan kualitas skripsi ini sehingga dapat bermanfaat bagi pembaca.

Tanjungpinang, 04 Juli 2022

Maria Paula



## DAFTAR ISI

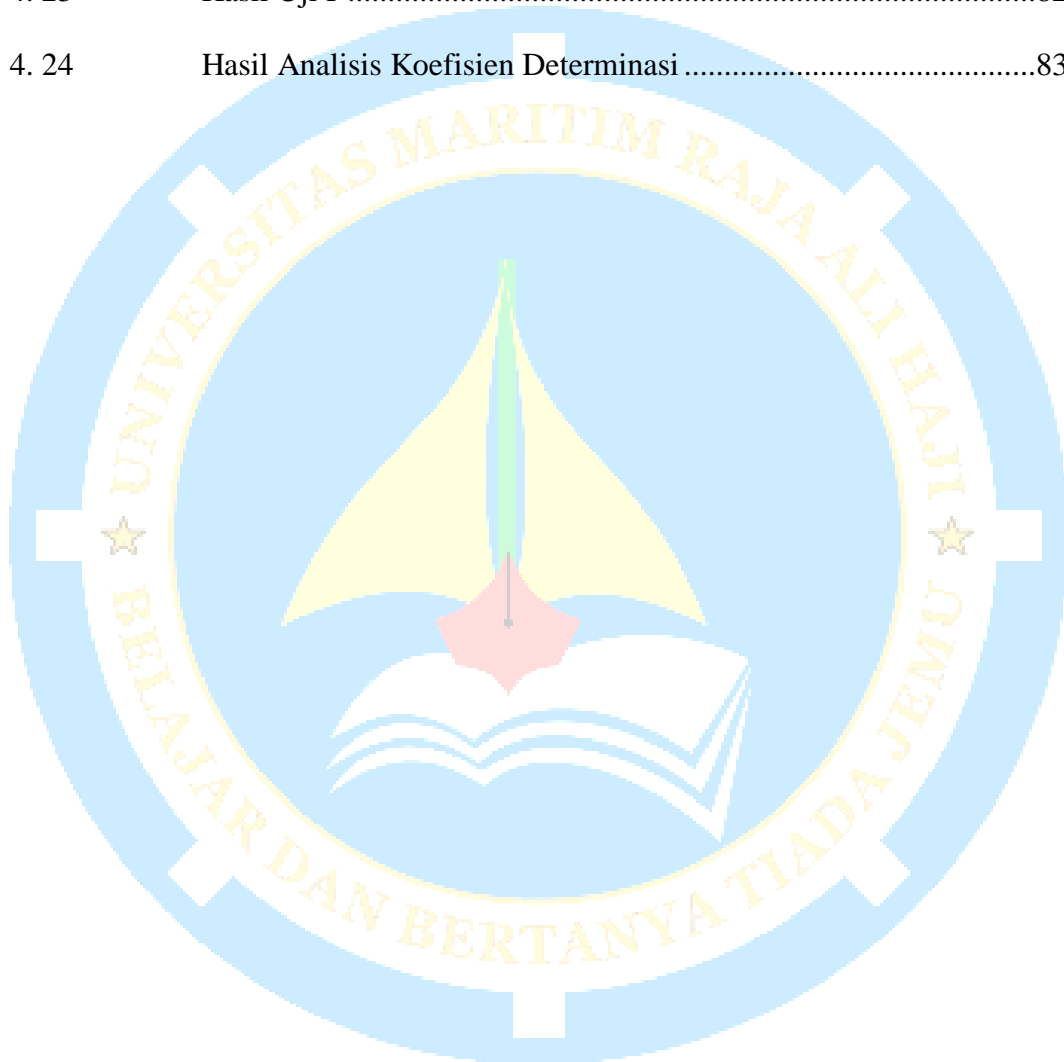
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Perumusan Masalah .....	13
1.4 Pembatasan Masalah.....	14
1.5 Tujuan Penelitian .....	14
1.6 Manfaat Penelitian .....	14
1.7 Sistematika Penelitian.....	15
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>18</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	18
2.2 Review Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran .....	32

2.4 Pengembangan Hipotesis .....	34
2.5 Hipotesis .....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian .....	38
3.2 Metode Penelitian .....	38
3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	38
3.4 Metode Penentuan Populasi atau Sampel .....	42
3.5 Prosedur Pengumpulan Data .....	43
3.6 Metode Analisis .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	52
4.2 Distribusi Responden .....	54
4.3 Demografi Responden .....	55
4.4 Deskripsi Variabel Penelitian .....	58
4.5 Hasil Penelitian .....	65
4.6 Pembahasan Hipotesis .....	84
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>93</b>
5.1 Kesimpulan .....	93
5.2 Saran .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>138</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Uraian</b>	<b>Halaman</b>
2. 1	Review Penelitian Terdahulu .....	29
3. 1	Operasionalisasi Variabel.....	40
3. 2	Jumlah Mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji.....	42
3. 3	Skala Ordinal.....	45
4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	56
4. 4	Frekuensi Pembelian .....	57
4. 5	Tanggapan responden mengenai kualitas produk .....	59
4. 6	Tanggapan responden mengenai harga (X2).....	61
4. 7	Tanggapan Responden Kepercayaan (X3).....	62
4. 8	Tanggapan responden mengenai Loyalitas Konsumen (Y) .....	64
4. 9	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	65
4. 10	Hasil Validitas Variabel Kualitas Produk .....	67
4. 11	Hasil Validitas Variabel Harga .....	68
4. 12	Hasil Validitas Variabel Kepercayaan .....	68
4. 13	Hasil Validitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	69
4. 14	Hasil Reliabilitas Kualitas Produk .....	70
4. 15	Hasil Reliabilitas Harga .....	70
4. 16	Hasil Reliabilitas Kepercayaan .....	71
4. 17	Hasil Reliabilitas Loyalitas Konsumen .....	72
4. 18	Hasil Uji One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test.....	74

4. 19	Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
4. 20	Hasil Uji Glejser Heteroskedastisitas.....	77
4. 21	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	77
4. 22	Hasil Uji Statistik t.....	79
4. 23	Hasil Uji F.....	82
4. 24	Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	83



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Uraian</b>	<b>Halaman</b>
1. 1	Perbandingan <i>E-commerce</i> di Indonesia Tahun 2021 .....	4
1. 2	Screenshoot Sandal Wordler Black Slippers pada Marketplace Shopee .....	9
1. 3	Screenshoot Sandal Wordler Black Slippers pada Marketplace Tokopedia .....	9
1. 4	Pangsa Pasar Belanja <i>Online</i> di Indonesia .....	12
2.1	Kerangka Pemikiran.....	32
4. 1	Logo Shopee .....	53
4. 2	Hasil Pie Chart.....	55
4. 3	Hasil Pie Chart.....	56
4. 4	Hasil Pie Chart.....	58
4. 5	Hasil Grafik Histogram .....	73
4. 6	Hasil Grafik P-Plot .....	73
4. 7	Grafik Scatterplot .....	76
4. 8	Hasil Uji Hipotesis .....	84