

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA
SHOPEE DI SEBERANG ULU PALEMBANG**

SKRIPSI



Nama : Anjani Putri Leontiny

Nim : 212015003

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2019

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA
SHOPEE DI SEBERANG ULU PALEMBANG**

SKRIPSI

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



Nama : Anjani Putri Leontiny

NIM: 212015003

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anjani Putri Leontiny

Nim : 212015003

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Penelitian: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen Pengguna Shopee Di Seberang Ulu Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Palembang, Maret 2019


Anjani Putri Leontiny

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen
dan Loyalitas Konsumen Pengguna Shopee Di Seberang Ulu Palembang

Nama : Anjani Putri Leontiny
NIM : 212015003
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Study : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal Febuari 2019

Pembimbing I,



Hj. Maftuhah Nurahmi, S.E.,M.Si
NIDN: 0216057001/673839

Pembimbing II,



Zaleha Trihandayani, S.E.,M:Si
NIDN: 0229057501/859189

Mengetahui,
Dekan
u.b Ketua Program Study Manajemen




Hj. Maftuhah Nurahmi, S.E.,M.Si
NIDN:0216057001/673839

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Jika kamu bersungguh- sungguh, kesungguhan itu untuk kebaikanmu sendiri”
[Q.S Al- Ankabut: 6]*

*“Yakinlah Setiap Usaha Tidak Akan Pernah Mengkhianati Hasilnya,
Tak perlu khawatir Badai Akan diganti oleh Pelangi, nikmati saja prosesnya
jalani sesuai prosedur dari-Nya, maka semua akan berakhir dengan semestinya
dimana Toga terjunjung Bangga diatas Kepala
(Penulis)*

(Anjani Putri Leontiny)

Skripsi ini ku persembahkan kepada:

- *Ayahku ARBANI dan Ibuku LUSI
HERAWATI*
- *Adik-adikku Tersayang Sevi Dian Nirwana,
Tria July Artini, dan Melisa Angraini*
- *Nyaiuku Tersayang Rosidah*
- *Akasku dan Almarhuma ombayku tersayang*
- *Keluarga Besar ku*
- *Sahabat-sahabatku*
- *Almamater Hijau Kebanggaanku*

PRAKATA

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirobbilalamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat hidup dan segala karunia-Nya. Shalawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman. Atas rahmat dan hidayah-Nya lah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen Pengguna Shopee Di Seberang Ulu Palembang, sebagai upaya melengkapi syarat untuk mencapai jenjang Sarjana Strata 1 pada jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa syukur kepada Allah SWT yang selalu memberikan rezeki dan nikmat baik kesehatan jasmani dan rohani kepada penulis dan kedua orang tuaku ibu Lusi Herawati dan ayahku Arbani yang selalu mencurahkan kasih sayang, perhatian dan senantiasa memberikan semangat, dan dukungan serta doa yang tiada hentinya bagi penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Maftuhah Nurrahmi,SE.,M.Si dan Ibu Zaleha Trihandayani,SE.,M.Si yang telah membimbing dan memberikan pengarahan serta saran dengan tulus dan ikhlas. Dan teman-teman serta para sahabatku yang selalu membantuku. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak DR. Abid Djazuli,SE.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Fauzi Ridwan,S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf.
3. Ibu Maftuhah Nurrahmi,S.E.,M.Si selaku Ketua Jurusan Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu DR.Diah Isnaini A,S.E.,M.M selaku Wakil Jurusan Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Bapak dan Ibu dosen beserta staf dan pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Pimpinan dan seluruh staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
7. Seluruh pihak yang tidak ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang telah diberikan guna menyelesaikan tulisan ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Meskipun demikian semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, Aamiin

Palembang, Maret 2019

Penulis

Anjani Putri Leontny

ABSTRAK

Anjani Putri Leontiny/212015003/Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen Pengguna Shopee di Seberang Ulu Palembang

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Adakah pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Shopee Di Seberang Ulu Palembang. 2) Adakah pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Shopee Di Seberang Ulu Palembang. 3) Adakah pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Shopee Di Seberang Ulu Palembang. 4) Adakah pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Shopee Di Seberang Ulu Palembang. 5) Adakah pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Shopee Di Seberang Ulu Palembang. Jenis penelitian ini bersifat asosiatif. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan melalui kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM) Versi 8.70.

Hasil penelitian Menunjukkan Bahwa 1) Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan konsumen. 2) harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. 3) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. 4) Harga berpengaruh negatif terhadap loyalitas konsumen. 5) kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Anjani Putri Leontiny/212015003/influence of the quality of service and price Satisfaction and loyalty Towards the consumer User Shopee opposite the Ulu Palembang

Formulation of the problem in this study is 1) Does influence the quality of service of consumer satisfaction User Shopee opposite the Ulu Palembang. 2) Does influence the price Against consumer satisfaction User Shopee opposite the Ulu Palembang. 3) Does influence the quality of Consumer Loyalty Services Shopee Users across the Ulu Palembang. 4) Does influence the price of Loyalty Towards the consumer User Shopee opposite the Ulu Palembang. 5) Does influence consumer satisfaction Consumer Loyalty Towards User Shopee opposite the Ulu Palembang. This type of research are associative. The sample used as many as 100 people with sampling techniques using a Purposive sampling. The data used in this study i.e., primary data and secondary data. Methods of data collection were used through the questionnaire and the documentation. Data analysis technique used is a Structural Equation Modeling (SEM) version 8.70.

The research results showed that 1) service quality has positive influence toward consumer satisfaction. 2) a positive effect against the price of consumer satisfaction. 3) kualitas positive and influential Ministry significantly to consumer loyalty. 4) Price effect negatively to the loyalty of consumers. 5) consumer satisfaction berpengaruh consumer loyalty towards the positive.

Keywords: quality of service, prices, consumer satisfaction, Consumer Loyalty.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto dan Persembahan	v
Halaman Prakata	vi
Abstrak.....	viii
Abstrack.....	ix
Daftar Isi	x
Daftar Tabel.....	xii
Daftra Gambar	xiv
Daftar Lampiran.....	xv

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Masalah	8
D. Manfaat Penelitian	8

BAB II. KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori	
1. Loyalitas Konsumen	10
2. Kepuasan Konsumen.....	13
3. Kualitas Pelayanan	17
4. Harga	21
B. Penelitian Sebelumnya	25
C. Kerangka Pemikiran.....	28
D. Hipotesis.....	31

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian	32
B. Lokasi penelitian	33
C. Oprasionalisasi variabel	34
D. Populasi dan sampel	35
E. Data yang diperlukan	36
F. Metode pengumpulan data	37
G. Analisi data dan teknik analisis	38

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	51
1. Gambaran Umum Penelitian	51
2. Gambaran Indikator	53
3. Gambaran Karakteristik Responden	57
4. Gambaran Jawaban Responden.....	60
5. Analisis Faktor Konfirmatori	72
6. Uji Reliabilitas	77
7. Analisis Full Model.....	78
8. Pengujian Hipotesis.....	82
B. Pembahasan Hasil Penelitian	85

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	88
B. Saran	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	5
Tabel III.1	34
Tabel III.2.....	36
Tabel III.3.....	43
Tabel III.4.....	47
Tabel III.5.....	48
Tabel IV.1.....	57
Tabel IV.2.....	58
Tabel IV.3.....	58
Tabel IV.4.....	59
Tabel IV.5.....	60
Tabel IV.6.....	60
Tabel IV.7.....	61
Tabel IV.8.....	61
Tabel IV.9.....	62
Tabel IV.10.....	63
Tabel IV.11.....	63
Tabel IV.12.....	64
Tabel IV.13.....	64
Tabel IV.14.....	65
Tabel IV.15.....	66
Tabel IV.16.....	66
Tabel IV.17.....	67

Tabel IV.18.....	67
Tabel IV.19.....	68
Tabel IV.20.....	69
Tabel IV.21.....	69
Tabel IV.22.....	70
Tabel IV.23.....	70
Tabel IV.24.....	71
Tabel IV.25	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	28
Gambar III.1	46
Gambar IV.1	72
Gambar IV.2.....	73
Gambar IV.3.....	74
Gambar IV.4.....	75
Gambar IV.5.....	76
Gambar IV.6.....	78
Gambar IV.7.....	79
Gambar IV.8.....	80
Gambar IV.9.....	81

DAFTAR LAMPIRAN

Jadwal Penelitian

Kuesioner

Hasil Kuesioner

Rumus Lisrel Pervariabel

Hasil Data Output Pengolahan Data Lisrel

Sertifikat Tofl

Sertifikat AIK

Kartu Bimbingan Skripsi

Jurnal

Biodata Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi yang semakin berkembang ini, internet bukan lagi menjadi suatu hal yang tabu bagi seluruh masyarakat di dunia ini. Hampir tidak ada orang yang tidak tahu internet. Internet menghubungkan berjuta hingga milyaran pengguna tidak hanya di suatu tempat melainkan di seluruh dunia. Dewasa ini internet tidak terbatas hanya pada pemanfaat informasi yang dapat diakses melalui satu media melainkan dapat juga digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi yang dapat memunculkan sebuah market place baru dan sebuah jaringan bisnis yang luas dan tidak terbatas oleh tempat dan waktu.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016 lebih dari setengah penduduk Indonesia telah terhubung ke internet dengan jumlah 132,7 juta orang. Hal tersebut telah meningkat pesat sebesar 51,8 persen dari tahun 2014. Faktor perkembangan tersebut disebabkan karena perkembangan infrastruktur dan mudahnya mendapatkan smartphone atau telepon genggam (tekno.kompas.com).

Semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia menjadikan pasar yang sangat bagus untuk pelaku industri e-commerce. Maka tidaklah heran

jika di Indonesia bermunculan e-commerce dan marketplace besar dengan modal yang fantastis bagi ukuran industri di Indonesia, sebut saja Matahari Mall, Bukalapak, Lazada, Blibli, Shopee, Tokopedia dan lain-lain. Tidak hanya situs berbelanja yang resmi bermunculan, tetapi ada juga yang hanya menggunakan akun pribadi dari pelaku e-commerce di media sosial seperti Instagram, Facebook, BBM, Twitter.

Kehadiran perdagangan online akan lebih memudahkan konsumen dalam melakukan kegiatan pembelian. Para konsumen tidak perlu datang langsung ke toko, mereka hanya perlu mengunjungi situs yang dituju dan menentukan barang/jasa yang mereka butuhkan. Selain itu online shopping bertujuan untuk meningkatkan minat pembelian konsumen yang didukung oleh teknologi canggih sehingga dapat menarik perhatian konsumen baik dari gambar, warna, suara, bentuk, pelayanan dan ketersediaan yang dicari yang akhirnya memancing minat konsumen untuk membeli produk/jasa dari situs online tersebut.

Menurut Oliver yang dikutip oleh Kotler dan Keller (2015:127) “ *a deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service in the future despite situational influences and marketing efforts having the potential to cause switching behavior*” yang bermakna berarti loyalita pelanggan adalah komitmen secara mendalam untuk membeli ulang atau mengulangi pembelian produk atau pelayanan yang disukai meskipun dimasa depan situasi berubah dan berpotensi mempengaruhi perubahan

perilaku. Sikap loyalitas dari konsumen akan muncul apabila konsumen tersebut merasa puas atas pelayanan maupun kualitas dari perusahaan tersebut.

Kepuasan konsumen dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/jasa, komentar teman dan kenalan, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Pemasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya. Adapun Faktor-faktor yang mempengaruhi harapan konsumen yang nantinya juga akan mempengaruhi persepsi konsumen tersebut yaitu : *Personal Needs, Past Experience, Word of Mouth serta External Communication.*

Menurut Kotler (2015: 89), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas produk, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat. Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk. Dapat diartikan juga, keputusan pembelian adalah merupakan proses dalam pembelian yang nyata, apakah membeli atau tidak (Basu Swastha dan Handoko, 2008 : 110).

Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian adalah harga, kualitas produk, dan citra merek.

Harga, menurut Kotler (2009:345) harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga merupakan salah satu variabel dalam pemasaran yang *fleksibel* dan dapat dimainkan dibanding dengan variabel pemasaran lainnya. Suatu harga dapat menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan pembelian terhadap produk. Maka dari itu perusahaan dapat memberikan kebijakan dalam menentukan harga.

Shopee resmi diperkenalkan di Singapura pada tahun 2015 yang diikuti dengan negara Malaysia, Filipina, Taiwan, Thailand, Vietnam, dan Indonesia. Mengusung visi "Menjadi *C2C Mobile Marketplace* Nomor 1 di Asia Tenggara". Sebagai salah satu situs jual beli online terbesar di Indonesia, Shopee merupakan perusahaan e-commerce yang berada di bawah naungan Garena (berubah nama menjadi SEA Group), perusahaan internet di Asia Tenggara. Menjalankan bisnis *C2C mobile marketplace*, Shopee yang berada di bawah naungan CEO, Chris Feng, pria lulusan terbaik dari Universitas Nasional Singapura yang memungkinkan para penggunanya membeli atau menjual barang melalui aplikasi yang tersedia di *platform* iOS dan Android.

Berikut tabel riset awal penulis terhadap 30 responden pengguna aplikasi Shopee :

Tabel I.1

Risert Awal

No.	Kepuasan Pelanggan Shopee	Puas	Tidak Puas
1	Kualitas pelayanan yang diberikan Shopee	16	14
2	Kualitas produk yang diperjual belikan di Shopee sesuai dengan harga	20	10
3	Promo yang diberikan oleh pihak Shopee	25	5
4	Harga produk yang dijual di Shopee murah	16	14
5	Respon pelayanan para penjual yang bergabung di Shopee baik	15	15
6	Suka mengajak teman untuk berbelanja online di Shopee	18	7
7	Jaminan kualitas produk yang diberikan Shopee	21	4
8	Kurun waktu pengiriman produk	29	6
9	Sistem pembayaran produk yang dipesan mudah	21	4
10	Pelayanan pengemasan produk yang dikirim penjual	17	13

Sumber : Penulis, 2018

Dari hasil risert awal yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa Brand belanja online melalui aplikasi Shopee sudah cukup terkenal dikalangan masyarakat di wilayah Seberang Ulu Palembang khususnya bagi kalangan remaja yang sangat gemar belanja online. Shopee memudahkan para penjual serta pembeli dalam berinteraksi melalui fitur live chatnya. Sarana jual beli ini juga menyediakan banyak produk mulai dari gadget, fashion, kosmetik, elektronik, otomotif dan lain sebagainya.

Banyaknya pengguna Shopee, tidak lepas dari kemudahan yang ditawarkan oleh Shopee. Beberapa keunggulan yang ditawarkan antara lain adalah sebagai berikut:

1. Barang lebih cepat sampai
2. Shopee menawarkan banyak promo serta diskon yang pastinya digemari para pembeli
3. Memiliki fitur terdekat yang memungkinkan pembeli mencari penjual terdekat dari posisi calon pembeli berada
4. Adanya fitur beriklan bagi para penjual yang ingin produknya berada di urutan atas
5. Ada pula fitur live chat yang memungkinkan penjual dan pembeli berinteraksi mengenai produk yang dijual
6. Potensi transaksi yang cukup besar
7. Adanya fasilitas ongkir gratis dengan ketentuan yang berlaku
8. Tersedianya kategori produk yang sangat luas. Alhasil penjual bisa menjual jenis barang apa saja. Hal ini akan sangat menguntungkan bagi pihak penjual.

Selain memiliki kelebihan, Shopee juga memiliki kelemahan seperti yang berikut ini:

1. Respon penjual yang terkadang cukup lama
2. Situs yang susah diakses pada jam-jam tertentu
3. Ada beberapa penjual yang tidak jujur sehingga merugikan para pembeli
4. Untuk promo ongkir gratis diberi syarat atau ketentuan yang cukup merepotkan
5. Beberapa gambar atau tampilan produk yang dianggap kurang menarik atau tidak sesuai dengan produk yang dikirim

Berdasarkan uraian ringkas tersebut penulis merasa tertarik untuk mengangkat permasalahan mengenai Kualitas Pelayanan dan harga terhadap Kepuasan Konsumen pengguna Shopee sebagai indikator utama yang mempengaruhi terbentuknya Loyalitas dalam diri konsumen dalam sebuah penelitian empiris yang berjudul: **Pengaruh Kulaitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen Pengguna Shopee di Seberang Ulu Palembang**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pengguna Shopee di Seberang Ulu Palembang?
2. Adakah pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen pengguna Shopee di Seberang Ulu Palembang?
3. Adakah pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pengguna Shopee di Seberang Ulu Palembang ?
4. Adakah pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen pengguna Shopee di Seberang Ulu Palembang ?
5. Adakah pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pengguna Shopee di Seberang Ulu Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam Penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pengguna Shopee di Seberang Ulu Palembang.
2. Untuk menganalisis pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen pengguna Shopee di Seberang Ulu Palembang.
3. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pengguna Shopee di Seberang Ulu Palembang.
4. Untuk menganalisis pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen pengguna Shopee di Seberang Ulu Palembang .
5. Untuk menganalisis pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pengguna Shopee di Seberang Ulu Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

1. Manfaat Bagi Penulis

Penelitian ini dapat bermanfaat dalam memberikan gambaran praktek dari teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya pada mata kuliah konsentrasi pemasaran, khususnya tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini agar dapat menjadi salah satu sumber referensi yang dibutuhkan untuk penelitian selanjutnya, khususnya untuk penelitian yang memiliki topik relatif sama.

DAFTAR PUSTAKA

Aloysius Rangga Aditya Nalendra (2018) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer*, Vol.3, No.2. Diakses 12 Oktober 2018

Amin Widjaja (2008) *Kamus Bisni dan Manajemen*. Jakarta:Rineka Cipta

Basu Swastha, T.Hani Handoko (2008) *Manajemen Pemasaran Analisis perilaku Konsumen (Edisi Pertama)*. Yogyakarta: Bpfe

Buchari Alma (2014) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta

Dag Sarbom, Joreskog (2008) *Lisrel 8: Structural Equations Modeling with the SIMPLIS Command Language*. Jakarta: Erlangga

Duwi Priyatno (2010) *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: AndiOffset

Dwi Ariyani dan Febrina Rosinta (2010) *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi, Vo.17, No.2*. Diakses 12 Oktober 2018

I.G.A Yulia Purnamasari (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online Di Singaraja. Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*. Vol.5, No.1. Diakses 18 Oktober 2018

J.Supranto (2008) *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009) *Manajemen Pemasaran (Edisi 13, jilid 2)*. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2012) *Manajemen Pemasaran (Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2015) *Manajemen Pemasaran (Edisi 13, jilid 1)*. Jakarta: Erlangga

M.Mursid (2014) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara

Muji Gunarto (2013) *Membangun Model Persamaan Struktural (SEM) Dengan Profram Lisrel*. Palembang: Tunas Gemilang.

Nila Kusuma Dewi, Gus Andri dan Yonaldi (2012) *Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.3, No 2. Diakses 15 Maret 2018

Pandy Tjiptono (2011) *Strategi Pemasaran (Edisi 3)*. Yogyakarta: Andi

Pandy Tjiptono (2015) *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*. Yogyakarta: Andi

Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta

Sujarweni, V Wiratna. (2014) *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee_Indonesia