

**PENGARUH PENGALAMAN BELANJA, CUSTOMER
REVIEW ONLINE DAN LAYANAN PENGIRIMAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SHOPEE DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh :

RIKI SYAHYUDI

200910173

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA UNIVERSITAS
PUTERA BATAM
2025**

**PENGARUH PENGALAMAN BELANJA, CUSTOMER
REVIEW ONLINE DAN LAYANAN PENGIRIMAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SHOPEE DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana**



Oleh :

RIKI SYAHYUDI

200910173

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA UNIVERSITAS
PUTERA BATAM**

2025

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Riki Syahyudi
NPM : 200910173
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “ **Skripsi** ” yang saya buat dengan judul :

“ PENGARUH PENGALAMAN BELANJA, CUSTOMER REVIEW ONLINE
DAN LAYANAN PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SHOPEE DI KOTA BATAM ”

Adalah hasil karya dari sendiri dan bukan “ duplikat ” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila pernyataan didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar sarjana akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 18 Januari 2025

Yang membuat pernyataan


Riki Syahyudi

200910173

**PENGARUH PENGALAMAN BELANJA, CUSTOMER
REVIEW ONLINE DAN LAYANAN PENGIRIMAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SHOPEE DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar sarjana**

Oleh :

**Riki Syahyudi
200910173**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 18 Januari 2025



Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., MSI.

Pembimbing



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman belanja, customer review online, dan layanan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan Shopee di Kota Batam. Latar belakang penelitian ini didorong oleh pesatnya pertumbuhan e-commerce di Indonesia. Dengan menggunakan sampel sebanyak 204 responden dan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner analisis data menggunakan uji kualitas data, seperti uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik termasuk uji normalitas, uji multikolinieritas, serta uji heteroskedastisitas. Uji pengaruh menggunakan analisis linier berganda dan analisis deskriptif. Sementara itu uji hipotesis melibatkan uji t. Hasil penelitian menunjukkan kepuasan pelanggan dapat dicapai melalui peningkatan kualitas pada aspek pengalaman belanja, customer review online dan layanan pengiriman. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi Shopee untuk terus memperbaiki layanan, guna mempertahankan posisi sebagai platform e-commerce unggulan.

Kata Kunci: Pengalaman Belanja, Customer Review Online, Layanan Pengiriman, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of shopping experience, online customer reviews, and delivery services on customer satisfaction of Shopee in Batam City. The background of this research is driven by the rapid growth of e-commerce in Indonesia. Using a sample of 204 respondents, this study employs a descriptive quantitative approach. Data collection was conducted through questionnaires, and data analysis included data quality tests such as validity tests, reliability tests, and classical assumption tests, including normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests. The influence tests were conducted using multiple linear regression analysis and descriptive analysis, while hypothesis testing involved t-tests. The results of the study show that customer satisfaction can be achieved through improved quality in shopping experience, online customer reviews, and delivery services. This study provides recommendations for Shopee to continuously improve its services to maintain its position as a leading e-commerce platform.

Keywords: Shopping Experience, Online Customer Reviews, Delivery Services, Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk ini, dengan segala kerendahan hati, penulis menyapaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda., S.kom., M.Si selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.,I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
3. Ibu Mauli Siagan, S. Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Ibu Dr. Nur Elfi Husda., S.Kom., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Ibu Dr. Realize, S.Kom., M.Si selaku pembimbi Akademik Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
7. Orang tua saya yang selalu mendukung dan mendoakan penulis;
8. Adik-adik yang selalu mendukung dan memberi semangat;
9. Teman-teman seperjuangan, serta kepada semua pihak yang tidak dapat di sebutkan satu per satu yang telah membantu hingga terselesainya skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-nya, Aminn

Batam, 18 Januari 2025



Riki Syahyudi



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	1
HALAMAN JUDUL	II
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	III
HALAMAN PEMBIMBING	IV
ABSTRAK	V
ABSTRACT.....	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR RUMUS	XIII
DAFTAR TABEL	XIV
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Indetifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1 Secara Teoritis	9
1.6.2 Secara Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Expectancy Disconfirmation Theory	11
2.1.2 Pengalaman Belanja.....	13
2.1.2.1 Arti Pengalaman Belanja	13
2.1.2.2 Dimensi-Dimensi Pengalaman Belanja	14
2.1.2.3 Faktor Pengalaman Belanja	15
2.1.3 Customer Review Online	17
2.1.3.1 Arti Customer Review Online	17
2.1.3.2 Dimensi-dimensi customer review online	18
2.1.3.3 Faktor Customer Review Online	18
2.1.3.4 Indikator Customer Review Online	19

2.1.4 Layanan Pengiriman	20
2.1.4.1 Arti Layanan Pengiriman	20
2.1.4.2 Dimensi-dimensi Layanan Pengiriman	20
2.1.4.3 Faktor Layanan pengiriman	21
2.1.4.4 Indikator Layanan Pengiriman	21
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	22
2.1.5.1 Arti Kepuasan Pelanggan	22
2.1.5.2 Dimensi-dimensi kepuasan Pelanggan	23
2.1.5.3 Faktor Kepuasan Pelanggan	23
2.1.5.4 Indikator Kepuasan Pelanggan	24
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Pengaruh Antar Variabel	28
2.3.1 pengaruh Pengalaman Belanja terhadap Kepuasan Pelanggan	28
2.3.2 Pengaruh Customer Review Online Terhadap Kepuasan Pelanggan	29
2.3.3 Pengaruh Layanan Pengiriman kepuasan Kepuasan Pelanggan	30
2.4 Kerangka Pemikiran	30
2.5 Perumusan Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Sifat Penelitian	32
3.3 Lokasi Dan Periode Penelitian	33
3.3.1 Lokasi Penelitian	33
3.3.2. Periode Penelitian	33
3.4 Operasional Variabel	34
3.4.1 Variabel Bebas (Independen = X)	34
3.4.2 Variabel Terikat (Dependen = Y)	34
3.5 Populasi Dan Sampel	35
3.5.1 Populasi	35
3.5.2 Sampel	36
3.6 Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data	37
3.6.1 Sumber Data	37
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data	37
3.7 Metode Analisis Data	38
3.7.1 Analisis Deskriptif	38
3.7.2 Uji Kualitas Data	40

3.7.2.1 Uji Validitas.....	40
3.7.2.2. Uji Reabilitas	41
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	42
3.7.3.1 Uji Normalitas.....	42
3.7.3.2 Uji Multikolinieritas	42
3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	43
3.7.4 Uji Pengaruh	43
3.7.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	43
3.7.4.2 Analisis Koefisien Determinan (R^2).....	44
3.7.5 Uji Hipotesis	45
3.7.5.1 Uji T (Uji Persial)	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.2 Deskripsi Kualifikasi Responden	47
4.2.1 Kualifikasi Responden sesuai Jenis Kelamin	47
4.2.2 Kualifikasi Responden sesuai Usia.....	48
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	49
4.3.1 Pengalaman Belanja (X1).....	49
4.3.2 Customer Review Online (X2).....	50
4.3.3 Layanan Pengiriman (X3)	52
4.3.4 Kepuasan Pelanggan (Y)	53
4.3 Analisis Data	55
4.3.1 Uji Intrumen	55
4.3.1.1 Uji Validitas.....	55
4.3.1.2 Uji Realibilitas	58
4.4 Uji Asumsi Klasik	59
4.4.1 Uji Normalitas	59
4.4.2 Uji Heterokedastisitas	61
4.4.3 Uji Multikolinearitas.....	63
4.5 Analisis Regresi Berganda.....	64
4.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	65
4.7 Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji t.....	66
4.8 Pembahasan	67
4.8.1 Pengaruh Pengalaman Belanja Terhadap Kepuasan Pelanggan	67
4.8.2 Pengaruh Customer Review Online Terhadap Kepuasan Pelanggan	67

4.8.3 Pengaruh Layanan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	68
4.9 Implikasi Hasil Penelitian.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	70
5.2 saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72

LAMPIRAN

Lampiran I Pendukung Penelitian

Lampiran II Daftar Penelitian

Lampiran III Surat Izin Penelitian

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sumber Databoks.katadata.co.id (2024)	4
Gambar 1.2 : penilaian kualitas produk.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	30
Gambar 4.1 Logo Shopee	46
Gambar 4.3 uji normalitas probility plot	59
Gambar 4.4 heteroskedastisitas.....	61

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Based Jacob Cohen.....	35
Rumus 3.2 Rentang Skala.....	37
Rumus 3.3 Pearson Correlation	39
Rumus 3.4 Alpha Cronbach.....	40
Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda.....	42
Rumus 3.6 Koefisien Determinan.....	43
Rumus 3.7 Uji t.....	44

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu	26
Tabel 3.1 jadwal riset.....	32
Tabel 3.2 Variabel Operasional Riset.....	33
Tabel 3.3 Skala likert.....	37
Tabel 3.4 Rentang Skala	38
Tabel. 4.1 Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4.2 Usia Responden	47
Tabel 4.3 Reaksi Jawaban Pengalaman Belanja (X1)	48
Tabel 4.4 Reaksi Jawaban Customer Review Online (X2)	49
Tabel 4.5 Reaksi Jawaban Layanan Pengiriman (X3).....	51
Tabel 4.6 Reaksi Jawaban Kepuasan Pelanggan (Y).....	52
Tabel 4.7 Reaksi Pengujian Validitas Pengalaman Belanja (X1).....	54
Tabel 4.8 Reaksi Pengujian Validitas Customer Review Online (X2).....	55
Tabel 4.9 Reaksi Pengujian Validitas Layanan Pengiriman (X3)	55
Tabel 4.10 Reaksi Pengujian Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)	56
Tabel 4.11 Uji Realibilitas	57
Tabel 4.12 Uji Normalitas	58
Tabel 4.13 Uji Heterokedastisitas	60
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.15 Uji Regresi Berganda	63
Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinas	64