

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *PERCEIVED VALUE*,
DAN *TRUST* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA
PRODUK STATIONERY DI SHOPEE**

TESIS



**Oleh:
Christina
232120006**

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

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *PERCEIVED VALUE*,
DAN *TRUST* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA
PRODUK STATIONERY DI SHOPEE**

TESIS

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Magister**



**Oleh:
Christina
232120006**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Christina
NPM	: 232120006
Fakultas	: Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program Studi	: Magister Manajemen

Menyatakan bahwa “Tesis” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE, DAN TRUST TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA PRODUK STATIONERY DI SHOPEE

adalah hasil karya sendiri bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Tesis ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Tesis ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di perguruan tinggi.

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

Batam, 15 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Christina

NPM 232120006

**PENGARUH SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE,
DAN TRUST TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA
PRODUK STATIONERY DI SHOPEE**

TESIS

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Magister**

**Oleh
Christina
232120006**

**Telah disetujui oleh Pembimbing
pada tanggal seperti tertera di bawah ini**

Batam, 15 Juli 2025

A handwritten signature in blue ink, consisting of a series of loops and a long horizontal stroke, positioned above the name of the supervisor.

Dr. Wasiman, S.E., M.M.

Pembimbing

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service quality*, *perceived value*, dan *trust* terhadap *customer loyalty* pada produk stationery di platform *e-commerce* Shopee. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan skala Likert dari 394 responden pengguna Shopee yang pernah membeli produk stationery di Indonesia. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda yang didahului dengan uji validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, ketiga variabel independen yaitu *service quality*, *perceived value*, dan *trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*. Secara simultan, ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan variasi *customer loyalty* sebesar 62,6% ($\text{Adjusted } R^2 = 0,626$). Temuan ini menunjukkan pentingnya menjaga *service quality*, membangun *trust*, dan menciptakan *perceived value* pelanggan dalam membentuk loyalitas, khususnya di pasar *e-commerce* Indonesia.

Kata Kunci : *Service Quality, Perceived Value, Trust, Customer Loyalty*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service quality, perceived value, and trust on customer loyalty toward stationery products on the Shopee e-commerce platform. The research employed a quantitative survey method, collecting data through a Likert-scale questionnaire from 394 Shopee users who had purchased stationery products in Indonesia. Data were analyzed using multiple linear regression, preceded by validity and reliability testing, as well as classical assumption tests.

The results reveal that service quality, perceived value, and trust each have a positive and significant effect on customer loyalty. Simultaneously, these three variables explain 62.6% of the variation in customer loyalty (Adjusted $R^2 = 0.626$). These findings highlight the importance of maintaining service quality, fostering customer trust, and delivering perceived value to strengthen loyalty, particularly in Indonesia's competitive e-commerce market.

Keywords : *Service Quality, Perceived Value, Trust, Customer Loyalty*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi Magister (S2) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa tesis ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak.

Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
3. Ibu Dr. Realize, S.Kom., MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen (S2) Universitas Putera Batam;
4. Bapak Dr. Wasiman, S.E., M.M. selaku pembimbing tesis penelitian ini pada Program Studi Manajemen (S2) Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Kepada alm Ayah yang selalu mendukung dan penyemangat untuk terus belajar;
7. Kepada pimpinan di tempat kerja yang selalu memberikan dukungan penuh untuk peneliti selama perkuliahan;
8. Kepada tim di tempat kerja yang selalu memberikan dukungan untuk peneliti selama menyelesaikan tesis ini;
9. Kepada Gannise Online Shop yang telah mendukung peneliti dalam menyelesaikan tesis ini;
10. Teman-teman baik penulis yang selalu menyemangati dan menemani selama penulisan tesis ini;
11. Teman-teman kuliah seperjuangan yang telah membantu memberikan informasi dalam menyelesaikan tesis ini
12. Kepada semua pihak yang ikut terlibat dalam membantu penelitian dan penulisan tesis ini;

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat dan berkat-Nya, Amin.

Batam, 15 Juli 2025
Christina

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR RUMUS.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.6.1 Manfaat Teoritis	11
1.6.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Teoritis.....	13
2.1.1 <i>Service Quality</i>	13
2.1.1.1 Pengertian <i>Service Quality</i>	13
2.1.1.2 Indikator <i>Service Quality</i>	13
2.1.1.3 Faktor yang mempengaruhi <i>Service Quality</i>	14
2.1.1.4 Dimensi <i>Service Quality</i> dalam <i>E-Commerce</i>	14
2.1.1.5 Peran <i>Service Quality</i> dalam Retensi Pelanggan.....	15
2.1.2 <i>Perceived Value</i>	15
2.1.2.1 Pengertian <i>Perceived Value</i>	15
2.1.2.2 Indikator <i>Perceived Value</i>	15
2.1.2.3 Faktor yang mempengaruhi <i>Perceived Value</i>	16
2.1.2.4 Dimensi <i>Perceived Value</i>	16
2.1.2.5 <i>Perceived Value</i> dalam Konteks Belanja Online	17
2.1.3 <i>Trust</i>	17
2.1.3.1 Pengertian <i>Trust</i>	17
2.1.3.2 Indikator <i>Trust</i>	17
2.1.3.3 Faktor yang mempengaruhi <i>Trust</i>	18
2.1.3.4 Dimensi <i>Trust</i> dalam <i>E-Commerce</i>	18
2.1.3.5 <i>Trust</i> dalam Pembentukan Loyalitas	18
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i>	19
2.1.4.1 Pengertian <i>Customer Loyalty</i>	19
2.1.4.2 Indikator <i>Customer Loyalty</i>	19
2.1.4.3 Faktor yang mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i>	20
2.1.4.4 Dimensi <i>Customer Loyalty</i>	20

2.1.4.5	Peran <i>Customer Loyalty</i> dalam <i>E-Commerce</i>	20
2.2	Penelitian Terdahulu	21
2.3	Kerangka Pemikiran	31
2.4	Hipotesa Pemikiran.....	33
2.4.1	H1: <i>Service Quality</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer loyalty</i> pada produk stationery di Shopee.	33
2.4.2	H2: <i>Perceived value</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer loyalty</i> pada produk stationery di Shopee.	33
2.4.3	H3: <i>Trust</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer loyalty</i> pada produk stationery di Shopee.	34
2.4.4	H4: <i>Service quality</i> , <i>perceived value</i> , dan <i>trust</i> secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer loyalty</i> pada produk stationery di Shopee.....	34
BAB III	METODE PENELITIAN	35
3.1	Tahapan Penelitian.....	35
3.2	Lokasi dan Periode Penelitian	36
3.2.1	Lokasi Penelitian	36
3.2.2	Periode Penelitian	36
3.3	Populasi dan Sampel.....	37
3.3.1	Populasi	37
3.3.2	Sampel	37
3.4	Variabel dan Indikator	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data	39
3.6	Metode Analisis Data.....	40
3.6.1	Uji Instrumen Penelitian	40
3.6.1.1	Uji Validitas.....	40
3.6.1.2	Uji Reabilitas.....	41
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	42
3.6.2.1	Uji Normalitas	42
3.6.2.2	Uji Multikolinearitas.....	42
3.6.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda	43
3.6.3.1	Uji F.....	43
3.6.3.2	Uji t.....	44
3.6.3.3	Koefisien Determinasi (R^2)	44
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1	Deskripsi Responden	46
4.2	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	48
4.3	Uji Instrumen Penelitian	49
4.3.1	Uji Validitas	49
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	51
4.4	Uji Asumsi Klasik	51
4.4.1	Uji Normalitas	52
4.4.2	Uji Multikolinearitas.....	54
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	55
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda	57

4.5.1	Uji F.....	59
4.5.2	Uji t.....	60
4.5.3	Koefisien Determinasi (R^2)	62
4.6	Pembahasan.....	63
4.6.1	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	63
4.6.2	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	64
4.6.3	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	64
4.6.4	Pengaruh <i>Service Quality</i> , <i>Perceived Value</i> , dan <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Secara Simultan).....	65
4.6.5	Pengujian Hipotesis	66
4.7	Implikasi	66
4.7.1	Implikasi Teoritis.....	67
4.7.2	Implikasi Praktis	67
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran.....	70
	DAFTAR PUSTAKA	72
	LAMPIRAN	x
	LAMPIRAN 1 PENDUKUNG PENELITIAN	xi
	LAMPIRAN 2 HASIL RESPONDEN KUESIONER	xvii
	LAMPIRAN 3 HASIL UJI SPSS.....	xxv
	LAMPIRAN 4 SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	xxxv
	LAMPIRAN 5 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xxxvii
	LAMPIRAN 6 HASIL CEK TURNITIN	xxxix
	LAMPIRAN 7 LOA JURNAL PENELITIAN.....	xli

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Perkembangan pendapatan Shopee di Indonesia tahun 2017-2025...	2
Gambar 1.2 Tampilan Toko <i>Stationery</i> di Shopee	5
Gambar 1.3 Tampilan Ulasan Produk di Shopee	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	32
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	35
Gambar 4.1 Diagram Pie Jenis Kelamin Responden.....	46
Gambar 4.2 Diagram Batang Kelompok Usia Responden.....	47
Gambar 4.3 Diagram Pie Frekuensi Pembelian	47
Gambar 4.4 Histogram.....	52
Gambar 4.5 Normal Q-Q Plot.....	53
Gambar 4.6 Scatterplot.....	55

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Periode Studi.....	36
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Data	49
Tabel 4.2 Hasil Uji Reabilitas.....	51
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56
Tabel 4.6 Interpretasi Koefisien Regresi	58
Tabel 4.7 Hasil Uji F.....	59
Tabel 4.8 Hasil Uji t.....	60
Tabel 4.9 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	62
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Hipotesis	66

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Slovin	38
Rumus 3.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	43