



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN *E-COMMERCE* SHOPEE DI KALANGAN ANGGOTA
REMAJA KORPS BRIGADE MOBILE 46 MAKO BRIMOB KWITANG**

SKRIPSI

AUDIAH AZZAHRA PUTRI CHANIA

213516516375

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

JAKARTA



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN *E-COMMERCE* SHOPEE DI KALANGAN ANGGOTA
REMAJA KORPS BRIGADE MOBILE 46 MAKO BRIMOB KWITANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana

AUDIAH AZZAHRA PUTRI CHANIA

213516516375

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

JAKARTA

OKTOBER, 2024



UNIVERSITAS NASIONAL

THE INFLUENCE OF CORPORATE REPUTATION ON SHOPEE E-COMMERCE CUSTOMER LOYALTY AMONG TEENAGE MEMBERS OF THE MOBILE BRIGADE CORPS 46 MAKO BRIMOB KWITANG

THESIS

Submitted as one of the requirements for obtaining a Bachelor's degree

AUDIAH AZZAHRA PUTRI CHANIA

213516516375

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM

JAKARTA

OCTOBER, 20

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini:

Nama : Audiah Azzahra Putri Chania

NPM : 213516516375

Judul Skripsi : Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan *E-Commerce*
Shopee Di Kalangan Anggota Remaja Korps Brigade Mobile 46 Mako Brimob
Kwitang.

Skripsi/Tesis/Disertasi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Jakarta, 06 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



10000
METRA
TEMPER
DEA52AMX161858783

Audiah Azzahra Putri Chania



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Audiah Azzahra Putri Chania

NPM : 213516516375

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Judul Skripsi : Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan *E-commerce* Shopee Di Kalangan Anggota Remaja Korps Brigade Mobile 46 Mako Brimob Kwitang

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 05 Februari 2025

Dosen Pembimbing

Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Djudjur Luciana R., S.Sos., M.Si.



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Audiah Azzahra Putri Chania

NPM : 213516516375

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Judul Skripsi : Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce Shopee Di Kalangan Anggota Remaja Korps Brigade Mobile 46 Mako Brimob Kwitang

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 5 Maret 2025

Dosen Pembimbing


Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Erna Ermawati Chotim., M.Si.



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Audiah Azzahra Putri Chania
NPM : 213516516375
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Judul Skripsi : Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce Shopee Di Kalangan Anggota Remaja Korps Brigade Mobile 46 Mako Brimob Kwitang

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana 28 Febuari 2025 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

1. Ketua Sidang : Dr. Safrizal Rambe, S.I.P., M.Si
2. Pembimbing : Yuyu Sriwartini, S. Sos., M.Si
3. Penguji I : Dr. Dwi Kartikawati, S. Sos., M.Si
4. Penguji II : Yuyu Sriwartini, S. Sos., M.Si

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal: 28 Febuari 2025



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Audiah Azzahra Putri Chania
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516375
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsetrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Judul Skripsi : Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas
Pelanggan E-Commerce Shopee Di Kalangan Anggota Remaja Korps Brigade
Mobile 46 Mako Brimob Kwitang

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam
Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 28 Februari 2025, sebagaimana tertulis dalam
"Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 05 Maret 2025

Ketua Sidang : Dr. Safrizal Rambe, S.I.P., M.Si

Penguji I : Dr. Dwi Kartikawati, S. Sos., M.Si

Penguji II : Yuyu Sriwartini, S. Sos., M.Si

Keterangan:

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS,
halaman ini tidak dijilid.

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Audiah Azzahra Putri Chania
 NPM : 213516516375
 Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 Prodi & Konsetrasi : Ilmu Komunikasi & Public Relations
 Tanggal Sidang : 28 Februari 2025

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA

PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *E-COMMERCE* SHOPEE DI KALANGAN ANGGOTA REMAJA KORPS BRIGADE MOBILE
 46 MAKO BRIMOB KWITANG

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

THE INFLUENCE OF CORPORATE REPUTATION ON SHOPEE *E-COMMERCE*
 CUSTOMER LOYALTY AMONG TEENAGE MEMBERS OF THE MOBILE BRIGADE
 CORPS 46 MAKO BRIMOB KWITANG

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL: 6 Maret 2025	TGL:	TGL: 6 Maret 2025
		
Yayu Szwartini, S.Sos., M.Si.	Djudjur Luciana R, S.Sos., M.Si.	Audiah Azzahra Putri Chania

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "***Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce Shopee Di Kalangan Anggota Remaja Korps Brigade Mobile 46 Mako Brimob Kwitang.***" Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk melanjutkan proses penelitian dalam rangka penyelesaian tugas akademik.

Penulis telah mencoba untuk melakukan yang terbaik dalam menyelesaikan penelitian ini. Namun, sebagai manusia penulis menyadari masih terdapat berbagai kekurangan dan kesalahan baik dari segi isi, bahasa, maupun sistematika penulisan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, dukungan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Dr. El Amry Bermmawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
3. Ibu Djujur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, serta Bapak Nursatyo, S. Sos., M.Si beserta jajarannya.
4. Ibu Yuyu Sri Wartini, S.Sos, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penulisan skripsi ini. Beliau tidak hanya memberikan ilmu dan wawasan yang luas, tetapi juga motivasi serta dorongan semangat yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Tanpa bimbingan, arahan, serta dukungan beliau, skripsi ini

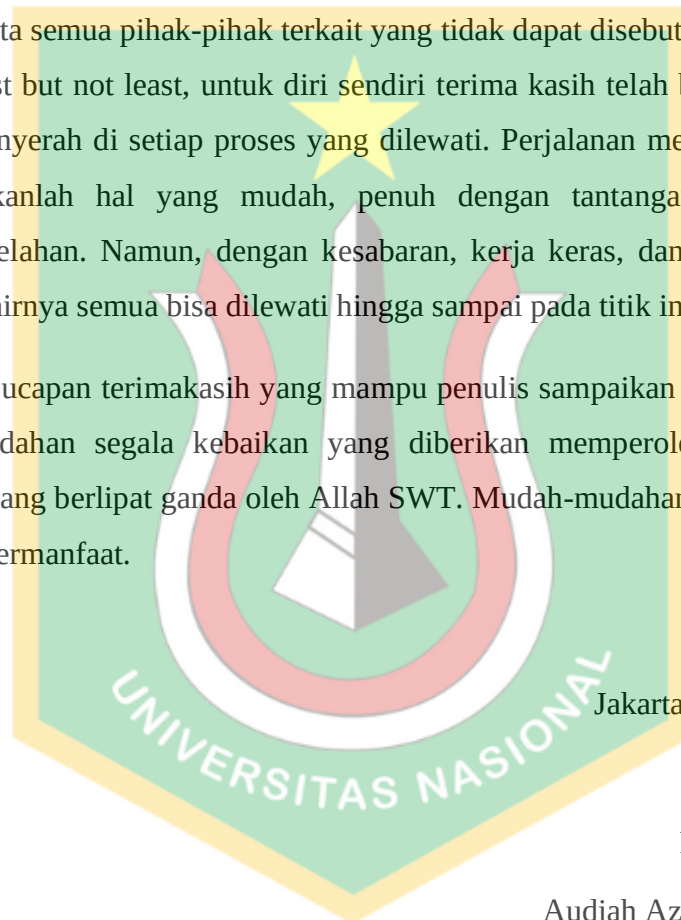
tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Semoga segala kebaikan yang beliau berikan mendapatkan balasan terbaik dari Tuhan Yang Maha Esa.

5. Bapak Romika Junaidi, MA., selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu saya mengarahkan dan memberikan pengetahuan selama penulis melakukan studi di Universitas Nasional.
6. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu, pengalaman, serta wawasannya kepada penulis.
7. Kakek, Nenek, Bunda, dan Bilqis yang telah memberikan doa dan dorongan baik moril serta materil. Serta keluarga besar yang selalu mendukung dan mendoakan saya dalam penyusunan penulisan skripsi ini. Dukungan tanpa batas dari mereka telah menjadi sumber kekuatan bagi penulis dalam menghadapi setiap tantangan selama proses penyusunan skripsi ini. Keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari doa dan dukungan yang telah diberikan oleh keluarga tercinta.
8. Teruntuk Bripda Fatkhur Rohmansyah sosok yang selalu hadir dengan penuh kesabaran dan ketulusan dalam setiap langkah perjalanan penulis selama menyusun penelitian ini. Terima kasih atas setiap saran, kritik membangun, serta dukungan yang tidak pernah putus diberikan, baik dalam bentuk motivasi, semangat, maupun kehadiran yang selalu siap mendengarkan setiap keluhan dan tantangan yang penulis hadapi. Kehadiran dan perhatiannya menjadi sumber kekuatan tersendiri, yang membuat penulis tetap bertahan dan terus maju hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Teruntuk Fauzia, Cindy, Putri, Zabrina, Alifah, dan Elma yang telah berjuang bersama-sama hingga penyusunan penelitian ini diselesaikan. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta semangat yang selalu diberikan di setiap langkah. Bersama kalian, setiap tantangan terasa lebih ringan, setiap kesulitan menjadi lebih mudah dihadapi, dan setiap momen perjuangan menjadi kenangan yang begitu berharga.
10. Kepada Putri Saldra, Dian dan Fia serta sahabat-sahabat lainnya yang penulis sayangi, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Namun, banyak membantu dalam penulisan ini. Terima kasih atas segala bentuk

dukungan, kebersamaan, dan waktu yang telah diberikan selama perjalanan ini. Kalian bukan hanya sekadar teman, tetapi juga tempat berbagi cerita, keluh kesah, serta tawa di setiap momen, baik dalam suka maupun duka. Kehadiran kalian menjadi pelipur lara di saat lelah dan motivasi di saat semangat mulai goyah.

11. Teruntuk teman-teman seperjuangan yang sama-sama berjuang menyelesaikan skripsi. Semoga kebahagiaan dan kesuksesan menghampiri kalian.
12. Serta semua pihak-pihak terkait yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
13. Last but not least, untuk diri sendiri terima kasih telah bertahan dan tidak menyerah di setiap proses yang dilewati. Perjalanan menyusun skripsi ini bukanlah hal yang mudah, penuh dengan tantangan, keraguan, dan kelelahan. Namun, dengan kesabaran, kerja keras, dan tekad yang kuat, akhirnya semua bisa dilewati hingga sampai pada titik ini.

Hanya ucapan terimakasih yang mampu penulis sampaikan dan seraya berdoa mudah-mudahan segala kebaikan yang diberikan memperoleh ganjaran amal kebaikan yang berlipat ganda oleh Allah SWT. Mudah-mudahan penelitian skripsi ini dapat bermanfaat.



Jakarta, 25 Juli 2024

Penulis

Audiah Azzahra Putri Chania

ABSTRAK

Nama : Audiah Azzahra Putri Chania

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce Shopee Di Kalangan Anggota Remaja Korps Brigade Mobile 46 Mako Brimob Kwitang

Kata Kunci Reputasi perusahaan, loyalitas pelanggan, e-commerce, Shopee	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh reputasi perusahaan terhadap loyalitas pelanggan e-commerce Shopee di kalangan anggota remaja Korps Brigade Mobile 46 Mako Brimob Kwitang. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 104 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner serta data sekunder dari berbagai literatur dan penelitian terdahulu. Variabel independen dalam penelitian ini adalah reputasi perusahaan, sementara variabel dependen adalah loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga menguji teori kredibilitas sumber, yang menyatakan bahwa reputasi perusahaan sebagai sumber yang terpercaya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Analisis data menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara reputasi perusahaan Shopee terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien korelasi r hitung sebesar 0,894 yang lebih besar dari r tabel (0,197) dan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Besar kontribusi reputasi perusahaan terhadap loyalitas pelanggan adalah 20,5%, sedangkan 79,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil ini membuktikan bahwa reputasi Shopee yang baik, khususnya dalam hal kredibilitas dan kepercayaan, sangat memengaruhi tingkat loyalitas pelanggan.
Pembimbing	Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

ABSTRACT

Name : Audiah Azzahra Putri Chania

Study Program : Communication Major

Title : The Influence Of Corporate Reputation On Shopee E-Commerce Customer Loyalty Among Teenage Members Of The Mobile Brigade Corps 46 Mako Brimob Kwitang

Keywords Company reputation, customer loyalty, e-commerce, Shopee	This research aims to determine the influence of company reputation on Shopee e-commerce customer loyalty among teenage members of the Mobile Brigade Corps 46 Mako Brimob Kwitang. The research approach used was quantitative with a survey method using a questionnaire distributed to 104 respondents. The data collection technique in this research uses primary data obtained through questionnaires as well as secondary data from various literature and previous research. The independent variable in this research is company reputation, while the dependent variable is customer loyalty. This research also tests source credibility theory, which states that a company's reputation as a trusted source can increase customer loyalty. Data analysis shows that there is a significant influence between Shopee's company reputation on customer loyalty with a calculated r correlation coefficient of 0.894 which is greater than the r table (0.197) and a significance level of $0.000 < 0.05$. The contribution of company reputation to customer loyalty is 20.5%, while the remaining 79.5% is influenced by other variables. These results prove that Shopee's good reputation, especially in terms of credibility and trust, greatly influences the level of customer loyalty.
Lecturer	Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iv
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DI REVISI	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II KERANGKA TEORI.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Teori Kredibilitas Sumber	16
2.3 Hipotesis Penelitian.....	17
2.4 Uraian Teoritis.....	17
2.4.1 Definisi Konseptual Reputasi Perusahaan	17
2.4.2 Definisi Konseptual Loyalitas Pelanggan	24
2.4.3 E-Commerce Shopee.....	30
2.4.4 Remaja Korps Brigade Mobile	33
2.6 Kerangka Berpikir	34
BAB III METODOLOGI	36
3.1 Pendekatan Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data	37

3.4	Skala Ukur Data Penelitian	38
3.5	Operasionalisasi Konsep	39
3.6	Populasi, Sample dan Teknik Pengambilan Sampel	46
3.7	Uji Instrumen Penelitian.....	51
3.8	Teknik Pengolahan, Teknik Penyajian, dan Teknik Analisis Data	54
3.8.1	Teknik Pengolahan Data	54
3.8.2	Teknik Penyajian Data	54
3.8.3	Teknik Analisis Data.....	55
3.9	Perencanaan Penelitian.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		59
4.1	Profile Responden	59
4.1.1	Tabel Satu Arah Profile Responden.....	59
4.1.2	Tabel Silang Profile Responden.....	60
4.2	Gambaran Variable X (Reputasi Perusahaan).....	60
4.2.1	Kredibilitas.....	60
4.2.2	Kepercayaan.....	69
4.2.3	Keterandalan	77
4.2.4	Tanggung Jawab Sosial.....	85
4.3	Gambaran Variable Y (Loyalitas Pelanggan)	92
4.3.1	Repetition	92
4.3.2	Recommendation	100
4.3.4	Additional Loyalty	115
4.4	Gambaran Data Deskriptif Variabel X Per Dimensi.....	121
4.4.1	Gambaran Data Deskriptif Dimensi Kredibilitas.....	121
4.4.2	Gambaran Data Deskriptif Dimensi Kepercayaan.....	123
4.4.3	Gambaran Data Deskriptif Dimensi Keterandalan	125
4.4.4	Gambaran Data Deskriptif Dimensi Tanggung Jawab Sosial.....	127
4.4.5	Gambaran Data Deskriptif Variabel X (Reputasi Perusahaan) Secara Keseluruhan	129
4.5	Gambaran Data Deskriptif Variabel Y (Loyalitas Pelanggan) Per Dimensi	131
4.5.1	Gambaran Data Deskriptif Dimensi <i>Repetition</i>	131
4.5.2	Gambaran Data Deskriptif Dimensi <i>Recommendation</i>	133
4.5.3	Gambaran Data Deskriptif Dimensi <i>Retention</i>	135
4.5.4	Gambaran Data Deskriptif Dimensi Additional Loyalty	137

4.5.5	Gambaran Data Deskriptif Variabel Y (Loyalitas Pelanggan) Secara Keseluruhan	139
4.6	Uji Normalitas	141
4.7	Uji Linearitas	142
4.8	Uji Hipotesis	142
4.9	Pembahasan	149
BAB V PENUTUP		151
5.1	Kesimpulan	151
5.2	Saran	152
5.2.1	Saran Akademis	152
5.2.2	Saran Praktis	153
DAFTAR PUSTAKA		154
LAMPIRAN		159



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Anggota Korps Brimob 46	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3. 1 Tabel Data Sekunder	38
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Konsep 1	40
Tabel 3. 3 Sample Penelitian 1	48
Tabel 3. 4 Uji Validitas Instrumen Riset 1	51
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas 1	53
Tabel 3. 6 Perencanaan Penelitian	58
Tabel 4. 1 Tabel Satu Arah Jenis Kelamin	59
Tabel 4. 2 Tabel Satu Arah Usia	59
Tabel 4. 3 Tabel Silang Responden	60
Tabel 4. 4 “Shopee Menyampaikan Informasi Penting Dengan Jelas dan Transparan”	61
Tabel 4. 5 Kejelasan Informasi Shopee Berdasarkan Jenis kelamin	61
Tabel 4. 6 Kejelasan Informasi Shopee Berdasarkan Usia Responden	62
Tabel 4. 7 “Pesan dan informasi yang disampaikan shopee selalu konsisten”	62
Tabel 4. 8 Konsistensi Pesan Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4. 9 Konsistensi Pesan Berdasarkan Usia Responden	63
Tabel 4. 10 “Shopee merespons umpan balik dengan cepat dan memuaskan”	64
Tabel 4. 11 Respons Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4. 12 Respons Shopee Berdasarkan Usia Responden	65
Tabel 4. 13 “Shopee selalu memperbarui informasi secara tepat waktu”	65
Tabel 4. 14 Pembaruan Informasi Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4. 15 Pembaruan Informasi Shopee Berdasarkan Usia Responden	67
Tabel 4. 16 “Informasi yang diberikan shopee mudah dipahami”	67
Tabel 4. 17 Pemahaman Informasi Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4. 18 Pemahaman Informasi Shopee Berdasarkan Usia Responden	68
Tabel 4. 19 “Saya percaya shopee menjaga keamanan data pribadi pelanggan”	69
Tabel 4. 20 Keamanan Data di Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4. 21 Keamanan Data di Shopee Berdasarkan Usia Responden	70
Tabel 4. 22 “Diskon dan promosi yang ditawarkan shopee sesuai yang dijanjikan”	71
Tabel 4. 23 Promosi Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 4. 24 Promosi Shopee Berdasarkan Usia Responden	72
Tabel 4. 25 “Shopee menjalankan kebijakannya dengan integritas yang tinggi”	72
Tabel 4. 26 Integritas Kebijakan Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4. 27 Integritas Kebijakan Shopee Berdasarkan Usia Responden	73

Tabel 4. 28 “Kualitas produk atau layanan yang diberikan oleh shopee selalu konsisten”	74
Tabel 4. 29 Konsistensi Layanan Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
Tabel 4. 30 Konsistensi Layanan Shopee Berdasarkan Usia Responden	75
Tabel 4. 31 “Setiap kali saya berinteraksi dengan shopee, layanan yang saya terima selalu sesuai ekspektasi”	76
Tabel 4. 32 Kesesuaian Layanan Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4. 33 Kesesuaian Layanan Shopee Berdasarkan Usia Responden.....	77
Tabel 4. 34 “Saya merasa puas dengan kecepatan pengiriman barang dari shopee”	77
Tabel 4. 35 Kepuasan Pengiriman Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel 4. 36 Kepuasan Pengiriman Shopee Berdasarkan Usia Responden	79
Tabel 4. 37 “Shopee mampu menyediakan produk yang saya cari secara konsisten”	79
Tabel 4. 38 Penyediaan Produk Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel 4. 39 Penyediaan Produk Shopee Berdasarkan Usia Responden.....	80
Tabel 4. 40 “Proses pengambilan barang di shopee mudah dilakukan”	81
Tabel 4. 41 Proses Pengambilan Barang di Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin ..	81
Tabel 4. 42 Proses Pengambilan Barang di Shopee Berdasarkan Usia Responden	82
Tabel 4. 43 “Saya merasa bahwa proses pemesanan hingga pengiriman di shopee berjalan tanpa hambatan”	82
Tabel 4. 44 Kelancaran Pemesanan Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin.....	83
Tabel 4. 45 Kelancaran Pemesanan Shopee Berdasarkan Usia Responden	83
Tabel 4. 46 “Shopee memberikan notifikasi yang jelas mengenai status pesanan saya”	84
Tabel 4. 47 Status Pesanan Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin	84
Tabel 4. 48 Status Pesanan Shopee Berdasarkan Usia Responden.....	85
Tabel 4. 49 “Shopee memberikan layanan yang setara kepada semua pelanggan”	86
Tabel 4. 50 Layanan Setara bagi Pelanggan Shopee Berdasarkan Jenis kelamin..	86
Tabel 4. 51 Layanan Setara bagi Pelanggan Shopee Berdasarkan Usia Responden	87
Tabel 4. 52 “Harga produk yang ditawarkan shopee kompetitif dibandingkan platform lain”	87
Tabel 4. 53 Kompetitivitas Harga Produk Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin ...	88
Tabel 4. 54 Kompetitivitas Harga Produk Shopee Berdasarkan Usia Responden.	88
Tabel 4. 55 “Shopee memberikan edukasi dalam menggunakan produk layanan secara optimal”	89
Tabel 4. 56 Edukasi Penggunaan Produk Layanan Shopee Berdasarkan Jenis kelamin.....	89
Tabel 4. 57 Edukasi Penggunaan Produk Layanan Shopee Berdasarkan Usia Responden	90
Tabel 4. 58 “Shopee selalu memperhatikan umpan balik untuk meningkatkan produk layanan mereka”	90
Tabel 4. 59 Perhatian Shopee terhadap Umpan Balik Berdasarkan Jenis Kelamin	91

Tabel 4. 60 Perhatian Shopee terhadap Umpan Balik Berdasarkan Usia Responden	92
Tabel 4. 61 “Saya sering melakukan pembelian ulang di shopee untuk kebutuhan belanja”	93
Tabel 4. 62 Frekuensi Pembelian Ulang di Shopee Berdasarkan Jenis kelamin ...	93
Tabel 4. 63 Frekuensi Pembelian Ulang di Shopee Berdasarkan Usia Responden	94
Tabel 4. 64 “Shopee menjadi pilihan utama saya untuk memenuhi kebutuhan belanja online”	94
Tabel 4. 65 Shopee Pilihan Utama Berdasarkan Jenis Kelamin	95
Tabel 4. 66 Shopee Pilihan Utama Berdasarkan Usia Responden.....	95
Tabel 4. 67 “Saya jarang atau tidak pernah beralih ke platform e-commerce lain selain shopee”	96
Tabel 4. 68 Kesetiaan Menggunakan Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin	96
Tabel 4. 69 Kesetiaan Menggunakan Shopee Berdasarkan Usia Responden	97
Tabel 4. 70 “Saya sering memanfaatkan poin yang diberikan shopee dalam program loyalitas”	97
Tabel 4. 71 Pemanfaatan Poin Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin	98
Tabel 4. 72 Pemanfaatan Poin Shopee Berdasarkan Usia Responden	98
Tabel 4. 73 “Saya merasa kualitas produk layanan shopee memastikan saya kembali melakukan pembelian di masa mendatang”	99
Tabel 4. 74 Kualitas Shopee Mendorong Pembelian Ulang Berdasarkan Jenis Kelamin	99
Tabel 4. 75 Kualitas Shopee Mendorong Pembelian Ulang Berdasarkan Usia Responden	100
Tabel 4. 76 “Saya dengan senang hati merekomendasi shopee kepada teman keluarga untuk belanja online”	101
Tabel 4. 77 Merekomendasikan Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin.....	101
Tabel 4. 78 Merekomendasikan Shopee Berdasarkan Usia Responden	102
Tabel 4. 79 “Saya yakin shopee adalah platform terbaik untuk kebutuhan belanja online”	102
Tabel 4. 80 Keyakinan Terhadap Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin.....	103
Tabel 4. 81 Keyakinan Terhadap Shopee Berdasarkan Usia Responden	103
Tabel 4. 82 “Saya sering memberikan ulasan positif tentang shopee di media social atau kepada orang lain”	104
Tabel 4. 83 Ulasan Positif tentang Shopee Berdasarkan Jenis kelamin.....	104
Tabel 4. 84 Ulasan Positif tentang Shopee Berdasarkan Usia Responden	105
Tabel 4. 85 “Saya antusias mengajak teman, keluarga mencoba produk layanan yang saya gunakan di shopee”	105
Tabel 4. 86 Antusiasme Mengajak Orang Lain Berdasarkan Jenis Kelamin.....	106
Tabel 4. 87 Antusiasme Mengajak Orang Lain Berdasarkan Usia Responden	106
Tabel 4. 88 “Saya merasa Shopee menyediakan saluran fasilitas yang memudahkan untuk memberikan umpan balik”	107
Tabel 4. 89 Fasilitas yang Disediakan Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin	107
Tabel 4. 90 Fasilitas yang Disediakan Shopee Berdasarkan Usia Responden.....	108

Tabel 4. 91 “Saya tetap memilih Shopee meskipun penawaran menarik platform e-commerce lain”	109
Tabel 4. 92 Keputusan Tetap Memilih Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin	109
Tabel 4. 93 Keputusan Tetap Memilih Shopee Berdasarkan Umur Responden.....	110
Tabel 4. 94 “Saya lebih percaya dengan layanan Shopee dibandingkan dengan pesaingnya”	110
Tabel 4. 95 Kepercayaan terhadap Layanan Shopee Berdasarkan Jenis kelamin.....	111
Tabel 4. 96 Kepercayaan terhadap Layanan Shopee Berdasarkan Umur Responden	111
Tabel 4. 97 “Saya merasa Shopee lebih mudah digunakan dibandingkan platform e-commerce lainnya”	112
Tabel 4. 98 Kemudahan Penggunaan Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin	112
Tabel 4. 99 Kemudahan Penggunaan Shopee Berdasarkan Usia Responden	113
Tabel 4. 100 “Saya memilih untuk tetap menggunakan Shopee karena merasa nyaman dengan fitur yang tersedia”	113
Tabel 4. 101 Kenyamanan Menggunakan Fitur Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin	114
Tabel 4. 102 Kenyamanan Menggunakan Fitur Shopee Berdasarkan Umur Responden	114
Tabel 4. 103 “Fitur seperti cashback diskon yang ditawarkan Shopee meningkatkan pengalaman belanja saya”	115
Tabel 4. 104 Fitur Shopee Terhadap Pengalaman Belanja Berdasarkan Jenis Kelamin	116
Tabel 4. 105 Fitur Shopee Terhadap Pengalaman Belanja Berdasarkan Usia Responden	116
Tabel 4. 106 “Saya merasa tertarik untuk mengeksplorasi produk layanan lain yang ditawarkan Shopee”	117
Tabel 4. 107 Ketertarikan Mengeksplorasi Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin.....	117
Tabel 4. 108 Ketertarikan Mengeksplorasi Shopee Berdasarkan Usia Responden	118
Tabel 4. 109 “Saya dengan sukarela berbagi pengalaman belanja memuaskan di Shopee kepada orang lain”	118
Tabel 4. 110 Kesukarelaan Berbagi Pengalaman Belanja Berdasarkan Jenis Kelamin	119
Tabel 4. 111 Kesukarelaan Berbagi Pengalaman Belanja Berdasarkan Usia Responden	119
Tabel 4. 112 “Saya sering memberikan testimoni ulasan positif tentang Shopee kepada teman, keluarga, atau di media social”	120
Tabel 4. 113 Testimoni Positif tentang Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin.....	120
Tabel 4. 114 Testimoni Positif tentang Shopee Berdasarkan Usia Responden	121
Tabel 4. 115 Gambaran Dimensi Kredibilitas Berdasarkan Jenis Kelamin	122
Tabel 4. 116 Gambaran Dimensi Kredibilitas Berdasarkan Usia Responden	123
Tabel 4. 117 Gambaran Dimensi Kepercayaan Berdasarkan Jenis Kelamin	124
Tabel 4. 118 Gambaran Dimensi Kepercayaan Berdasarkan Usia Responden	124
Tabel 4. 119 Gambaran Dimensi Keterandalan Berdasarkan Jenis Kelamin	126
Tabel 4. 120 Gambaran Dimensi Keterandalan Berdasarkan Usia Responden	126

Tabel 4. 121 Gambaran Dimensi Tanggung Jawab Sosial Berdasarkan Jenis Kelamin.....	128
Tabel 4. 122 Gambaran Dimensi Tanggung Jawab Sosial Berdasarkan Usia Responden.....	128
Tabel 4. 123 Reputasi Perusahaan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	130
Tabel 4. 124 Reputasi Perusahaan Berdasarkan Usia Responden	131
Tabel 4. 125 Gambaran Dimensi Repetition Berdasarkan Jenis Kelamin	132
Tabel 4. 126 Gambaran Dimensi Repetition Berdasarkan Usia Responden.....	131
Tabel 4. 127 Gambaran Dimensi Recommendation Berdasarkan Jenis Kelamin.....	134
Tabel 4. 128 Gambaran Dimensi Recommendation Berdasarkan Usia Responden	135
Tabel 4. 129 Gambaran Dimensi Retention Berdasarkan Jenis Kelamin	136
Tabel 4. 130 Gambaran Dimensi Retention Berdasarkan Usia Responden.....	137
Tabel 4. 131 Gambaran Dimensi Additional Loyalty Berdasarkan Jenis Kelamin	138
Tabel 4. 132 Gambaran Dimensi Additional Loyalty Berdasarkan Usia Responden	139
Tabel 4. 133 Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin	140
Tabel 4. 134 Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Usia Responden	140
Tabel 4. 135 Hasil Uji Normalitas	141
Tabel 4. 136 Hasil Uji Linearitas	142
Tabel 4. 137 Hasil Uji Korelasi	143
Tabel 4. 138 Hasil Uji Koefisien Determinasi	144
Tabel 4. 139 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	145
Tabel 4. 140 Hasil Uji T.....	146



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statista Pengguna <i>E-Commerce</i>	2
Gambar 1.2 Data Pengunjung <i>E-Commerce</i>	3
Gambar 1.3 Data Brimob 46 Pengguna <i>E-Commerce</i> Shopee	3
Gambar 2. 1 Logo Shopee	30
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	35



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ketersediaan Dosen Pembimbing	160
Lampiran 2 Lembar Konsultasi.....	161
Lampiran 3 Kuisisioner Penelitian	162
Lampiran 4 Profil Responden Uji Validitas dan Reliabilitas.....	167
Lampiran 5 Jawaban Responden Uji Instrumen Riset	167
Lampiran 6 Hasil Output Uji Validitas Variable X	168
Lampiran 7 Hasil Output Uji Validitas Variable Y	170
Lampiran 8 Hasil Output Uji Reliabilitas Variable X.....	171
Lampiran 9 Hasil Output Uji Reliabilitas Variable Y.....	172
Lampiran 10 Profile Responden Riset (Sampel).....	172
Lampiran 11 Jawaban Responden Riset (Sampel).....	173
Lampiran 12 Hasil Olah Data Inferensial	174
Lampiran 13 Pearson Tabel	176
Lampiran 14 Tabel t.....	177
Lampiran 15 Hasil Turnitin.....	178
Lampiran 16 Lembar Persetujuan SKPI	179
Lampiran 17 Sertifikat TOEFL.....	180
Lampiran 18 Foto Barak Korps Brigade Mobile 46	181
Lampiran 19 Daftar Riwayat Hidup.....	182

