

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS  
PRODUK, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* SHOPEE  
(STUDI KASUS DI KOTA PEKALONGAN)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

**FEBI AL HAZMI**

**NIM 4117024**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

**2024**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS  
PRODUK, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* SHOPEE  
(STUDI KASUS DI KOTA PEKALONGAN)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

**FEBI AL HAZMI**

**NIM 4117024**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

**2024**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Febi Al Hazmi

NIM : 4117024

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA E-COMMERCE SHOPEE (STUDI KASUS DI KOTA PEKALONGAN)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya peneliti, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini peneliti buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 19 Juli 202

Yang Menyatakan,



Febi Al Hazmi

## NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi sdr. Febi Al Hazmi

Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah  
PEKALONGAN

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan sepenuhnya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara :

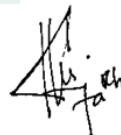
Nama : Febi Al Hazmi  
NIM : 4117024  
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen pada e-Commerce Shopee (Studi Kasus di Kota Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

Pekalongan, 19 Juli 2024

Pembimbing



**Svifa Rohmah, M.M.**  
**NIP.199408222022032001**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan www.febi.uingusdur.ac.id

### PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri  
(UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : **Febi Al Hazmi**  
NIM : **4117024**  
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada e-commerce Shopee (Studi Kasus di Kota Pekalongan)**  
Dosen Pembimbing : **Syifa Rohmah, M.M.**

Telah diujikan pada hari Selasa tanggal 23 Juli 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta dinyatakan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

**Happy Sista Devy, M.M.**  
NIP. 199310142018012003

Penguji II

**Ardiyan Darutama, M. Phil.**  
NIP. 198501262020121004

Pekalongan, 25 Juli 2024  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.**  
NIP. 197502201999032001

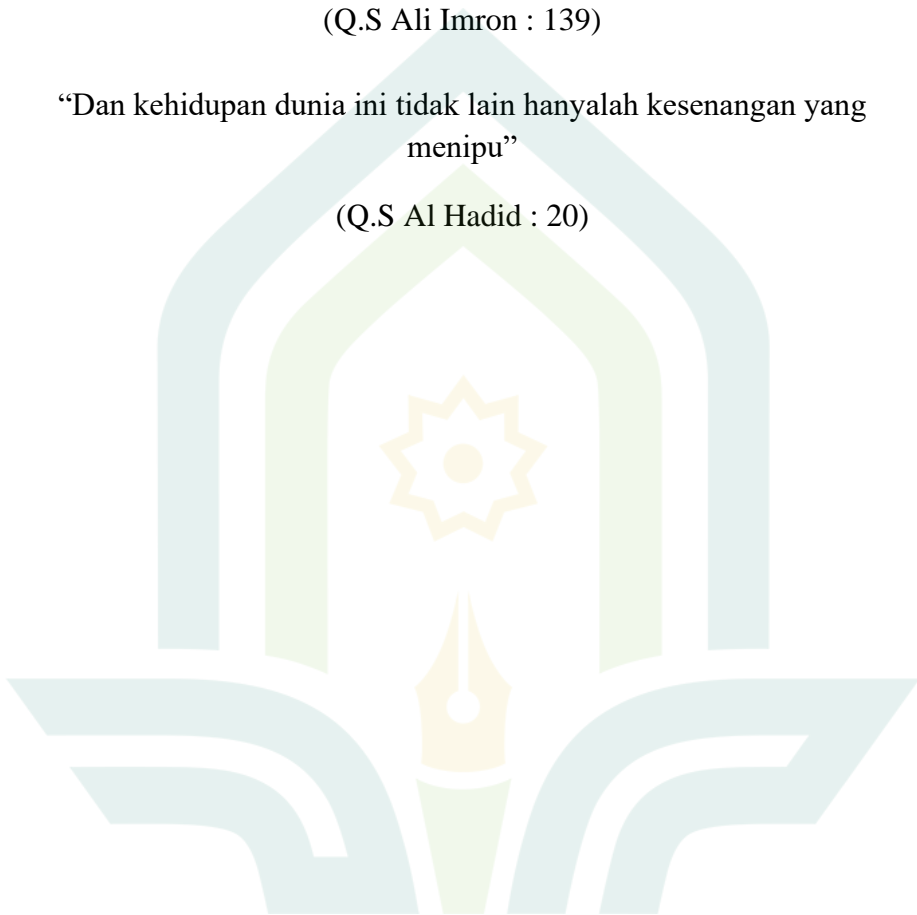
## MOTTO

“Jangan kamu merasa lemah dan jangan  
bersedih, sebab kamu paling tinggi derajatnya  
jika kamu beriman”

(Q.S Ali Imron : 139)

“Dan kehidupan dunia ini tidak lain hanyalah kesenangan yang  
menipu”

(Q.S Al Hadid : 20)



## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberi limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Peneliti menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan skripsi ini peneliti banyak mendapat dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terimakasih dari peneliti kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam mambantu terlaksananya penelitian skripsi ini:

1. Kedua orang tua Bapak Sumarno dan Ibu Sulistyowati yang senantiasa dengan sabar telah memberikan segala cinta, kasih, sayang dan nasehat serta do'a juga dukungan material dan moral, yang tidak ada hentinya mengalir kepada saya.
2. Keluarga besar yang turut mendukung dan memberikan semangat luar biasa dalam pembuatan skripsi ini.
3. Bapak ibu dosen di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.
4. Almamaterku Program Studi Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Teman-teman satu angkatan, Program Studi Ekonomi Syariah tahun 2017 yang telah menjadi teman dalam menuntut ilmu di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Teman-teman semua yang telah meluangkan waktunya sebagai responden dimanapun kalian berada dan telah membantu menyelesaikan skripsi ini.
7. Serta pihak-pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, terimakasih atas do'a dan dukungannya.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan keberkahan kepada pihak-pihak yang telah membantu.

## ABSTRAK

### **FEBI AL HAZMI. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada *e-commerce* Shopee (Studi Kasus di Kota Pekalongan)**

Loyalitas merupakan kunci terpenting yang dibutuhkan bagi seluruh perusahaan, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Adanya loyalitas konsumen, dalam jangka panjang dapat memajukan perusahaan dengan selalu membeli dan menggunakan produk atau jasa serta merekomendasikan kepada orang lain dengan sukarela. Persaingan ketat dalam dunia bisnis membuat perusahaan harus memahami keinginan setiap pelanggan untuk mencapai kepuasan, misalnya melalui kualitas pelayanan, kualitas produk, maupun kepercayaan konsumen.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*). Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang pernah belanja di Shopee. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda, analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik. Untuk uji hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji t, dan uji f.

Hasil penelitian menunjukkan 1) Variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. 2) Variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. 3) Variabel Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen 4) Variable Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen, Loyalitas Konsumen



## ***ABSTRACT***

### **FEBI AL HAZMI. The Influence of Service Quality, Product Quality, and Consumer Trust on Consumer Loyalty in Shopee e-commerce (Case Study in Pekalongan City).**

Loyalty is the most important key needed for all companies, both large and small companies. The existence of consumer loyalty, in the long term, can advance the company by always buying and using products or services and recommending them to others voluntarily. Tight competition in the business world means that companies must understand the desires of each customer to achieve satisfaction, for example through service quality, product quality, and consumer trust.

The type of research used in this research is field research. Meanwhile, the approach used is a quantitative approach with a sample size of 100 respondents who have shopped at Shopee. This research uses multiple linear regression analysis methods, the analysis used in this research includes validity tests, reliability tests, classical assumption tests. Hypothesis testing in this research includes the t test and f test.

The research results show 1) The Service Quality variable does not have a significant effect on Consumer Loyalty. 2) The Product Quality variable does not have a significant effect on Consumer Loyalty. 3) The Consumer Trust variable has a significant positive effect on Consumer Loyalty. 4) The Service Quality, Product Quality and Trust variables have a simultaneous effect on Consumer Loyalty.

Keywords: service quality, product quality, consumer trust, and consumer loyalty

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada :

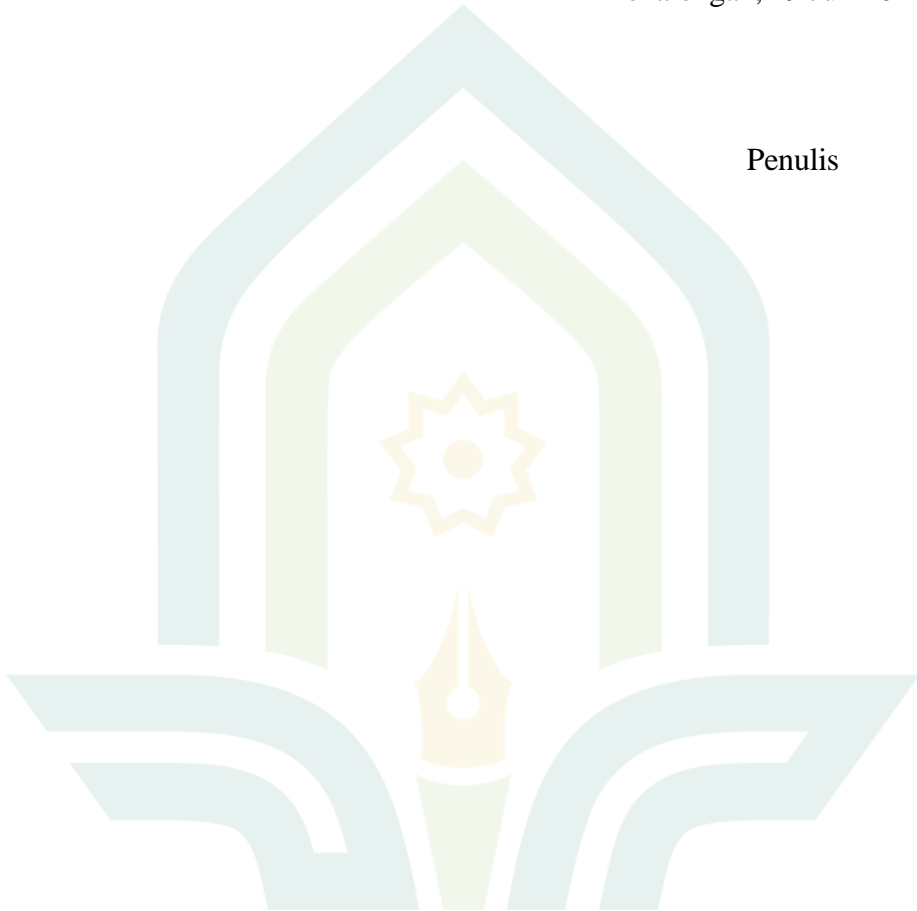
1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Dr. H. Tamamudin, M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Happy Sista Devy, M.M. selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Bapak Dr. Achmad Tubagus Surur, M.Ag. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
7. Ibu Syifa Rohmah, M.M. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Program Studi Ekonomi Syariah UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah bermanfaat memberikan ilmu bagi peneliti.
9. Orang tua dan keluarga besar yang telah memberikan bantuan dan dukungan.
10. Semua kerabat dan sahabat yang telah memberikan dukungan

dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap kepada Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 19 Juli 2024

Penulis



## DAFTAR ISI

|  |              |
|--|--------------|
| <b>JUDUL</b> .....                           | <b>i</b>     |
| <b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA</b> ..... | <b>ii</b>    |
| <b>NOTA PEMBIMBING</b> .....                 | <b>iii</b>   |
| <b>PENGESAHAN</b> .....                      | <b>iv</b>    |
| <b>MOTTO</b> .....                           | <b>v</b>     |
| <b>PERSEMBAHAN</b> .....                     | <b>vi</b>    |
| <b>ABSTRAK</b> .....                         | <b>vii</b>   |
| <b>ABSTRACT</b> .....                        | <b>viii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                  | <b>ix</b>    |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                      | <b>xi</b>    |
| <b>TRANSLITERASI</b> .....                   | <b>xiii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                    | <b>xxi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                   | <b>xxii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                 | <b>xxiii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....               | <b>1</b>     |
| A. Latar Belakang Masalah .....              | 1            |
| B. Rumusan Masalah .....                     | 6            |
| C. Pembatasan masalah .....                  | 6            |
| D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....       | 7            |
| E. Sistematika Pembahasan .....              | 8            |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....           | <b>10</b>    |
| A. Landasan Teori .....                      | 10           |
| B. Telaah Pustaka .....                      | 20           |

|   |           |
|---|-----------|
| C. Kerangka Berpikir .....                      | 37        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>          | <b>40</b> |
| A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....        | 40        |
| B. Setting Penelitian .....                     | 40        |
| C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....  | 40        |
| D. Objek dan Subjek Penelitian.....             | 41        |
| E. Variabel Penelitian .....                    | 41        |
| F. Sumber Data .....                            | 46        |
| G. Metode pengumpulan data.....                 | 46        |
| H. Metode Analisis Data .....                   | 46        |
| <b>BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN .....</b> | <b>51</b> |
| A. Gambaran Umum.....                           | 51        |
| B. Hasil.....                                   | 58        |
| C. Pembahasan .....                             | 67        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                      | <b>72</b> |
| A. Kesimpulan .....                             | 72        |
| B. Keterbatasan Penelitian .....                | 72        |
| C. Saran .....                                  | 72        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                     | <b>73</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                           | <b>I</b>  |

## TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1 Transliterasi Konsonan

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin        | Nama                       |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| أ          | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan         |
| ب          | Ba   | B                  | Be                         |
| ت          | Ta   | T                  | Te                         |
| ث          | Ṡa   | ṣ                  | es (dengan titik di atas)  |
| ج          | Jim  | J                  | Je                         |
| ح          | Ḥa   | ḥ                  | ha (dengan titik di bawah) |
| خ          | Kha  | Kh                 | ka dan ha                  |

|   |      |    |                             |
|---|------|----|-----------------------------|
| د | Dal  | D  | De                          |
| ذ | Ḍal  | Ḍ  | Zet (dengan titik di atas)  |
| ر | Ra   | R  | Er                          |
| ز | Zai  | Z  | Zet                         |
| س | Sin  | S  | Es                          |
| ش | Syin | Sy | es dan ye                   |
| ص | Ṣad  | ṣ  | es (dengan titik di bawah)  |
| ض | Ḍad  | ḍ  | de (dengan titik di bawah)  |
| ط | Ṭa   | ṭ  | te (dengan titik di bawah)  |
| ظ | Ẓa   | ẓ  | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | ʿain | ʿ  | koma terbalik (di atas)     |
| غ | Gain | G  | Ge                          |
| ف | Fa   | F  | Ef                          |
| ق | Qaf  | Q  | Ki                          |

|    |        |   |          |
|----|--------|---|----------|
| ك  | Kaf    | K | Ka       |
| ل  | Lam    | L | El       |
| م  | Mim    | M | Em       |
| ن  | Nun    | N | En       |
| و  | Wau    | W | We       |
| هـ | Ha     | H | Ha       |
| ء  | Hamzah | ‘ | Apostrof |
| ي  | Ya     | Y | Ye       |

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

| Huruf Arab | Nama   | Huruf Latin | Nama |
|------------|--------|-------------|------|
| َ          | Fathah | A           | A    |
| ِ          | Kasrah | I           | I    |
| ُ          | Dammah | U           | U    |



## 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

| Huruf Arab | Nama           | Huruf Latin | Nama    |
|------------|----------------|-------------|---------|
| ي...َ      | Fathah dan ya  | Ai          | a dan u |
| و...َ      | Fathah dan wau | Au          | a dan u |

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

### C. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

| Huruf Arab | Nama                    | Huruf Latin | Nama                |
|------------|-------------------------|-------------|---------------------|
| ا...ِىَ... | Fathah dan alif atau ya | Ā           | a dan garis di atas |

|      |                |   |                     |
|------|----------------|---|---------------------|
| ...ى | Kasrah dan ya  | Ī | i dan garis di atas |
| ...و | Dammah dan wau | Ū | u dan garis di atas |

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

#### D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup  
Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati  
Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/  
al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

#### E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda

tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birru

## F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah  
Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah  
Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

## G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

## H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha fahuwa khair ar-rāziqīn/

khairurrāziqīn

Wa innallāha fahuwa

- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

## I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/  
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn

- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ                      Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

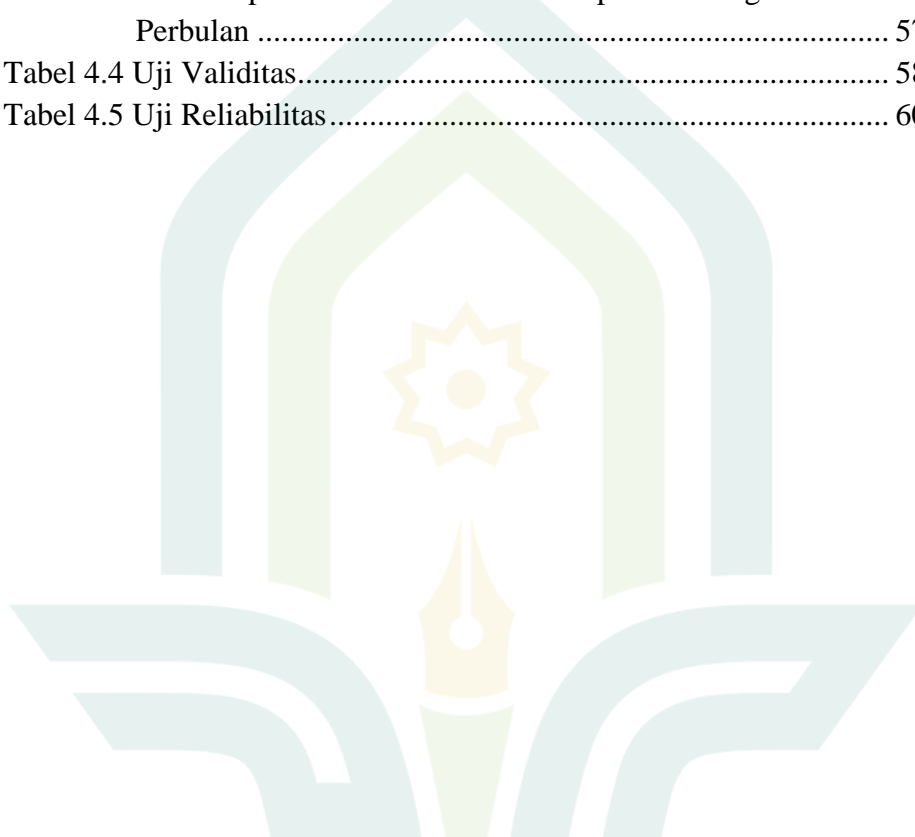
- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ                      Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا                      Lillāhi al-amru jamī`an/  
Lillāhil-amru jamī`an

## J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1.1 Daftar Pelanggan <i>e-commerce</i> Shopee .....                     | 2  |
| Tabel 2.1 Telaah Pustaka.....   | 20 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional .....  | 43 |
| Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                      | 56 |
| Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia .....                               | 57 |
| Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendapatan / Uang Saku<br>Perbulan ..... | 57 |
| Tabel 4.4 Uji Validitas.....  | 58 |
| Tabel 4.5 Uji Reliabilitas.....   | 60 |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian .....          | 37 |
| Gambar 3.1 Logo Shopee .....                           | 51 |
| Gambar 4.1 Logo Shopee .....                           | 51 |
| Gambar 4.2 Tampilan Depan Shopee .....                 | 52 |
| Gambar 4.3 Fitur Gratis Ongkir Dan Diskon Shopee ..... | 53 |
| Gambar 4.4 Tampilan Keamanan Transaksi Shopee.....     | 54 |
| Gambar 4.5 Fitur Live Chat Shopee .....                | 55 |
| Gambar 4.6 Fitur Keanggotaan Shopee.....               | 56 |
| Gambar 4.7 Uji Normalitas .....                        | 60 |
| Gambar 4.8 Uji Linearitas .....                        | 61 |
| Gambar 4.9 Uji Mutikolinearitas.....                   | 62 |
| Gambar 4.10 Uji Heteroskedastisitas .....              | 62 |
| Gambar 4.11 Uji Regresi Linear Berganda .....          | 63 |
| Gambar 4.12 Uji Koefisien Determinasi .....            | 65 |
| Gambar 4.13 Uji T.....                                 | 65 |
| Gambar 4.14 Uji F .....                                | 66 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |       |
|---|-------|
| Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian..... | I     |
| Lampiran 2. Hasil Kuisisioner .....     | VII   |
| Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen.....     | XXII  |
| Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup .....   | XXVII |





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Loyalitas merupakan kunci terpenting yang dibutuhkan bagi seluruh perusahaan, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Karena imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif yang berarti semakin lama loyalitas konsumen semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang konsumen tersebut (Griffin, 2002). Selain itu, Loyalitas Konsumen juga mewakili sikap konsumen melalui komponen seperti pembelian berulang, membeli produk atau jasa dari perusahaan yang sama dan kesetiaan merekomendasikan perusahaan tersebut kepada orang lain serta menunjukkan komitmen untuk menolak pesaing lain (Cronin dkk, 1992).

Kesetiaan pelanggan terhadap suatu toko dan brand atau merek berdasarkan sifat yang positif dapat pembelian dalam jangka panjang (Tjiptono, 2000). Kepuasan dari pelanggan merupakan tingkat yang dirasakan oleh konsumen setelah membandingkan kinerja perusahaan terhadap harapan yang diinginkan (Kotler, 2004). Loyalitas pelanggan dapat tercapai apabila pelanggan merasakan manfaat berupa kepuasan atas penggunaan jasa atau barang dari perusahaan. Berdasarkan penelitian milik Riadi (2018) bahwa pengaruh variabel kepuasan terhadap variabel loyalitas pada nasabah bank berpengaruh positif. Disimpulkan semakin tinggi kepuasan nasabah yang diterima dari bank, maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah kepada bank.

Tabel 1.1

Data Pelanggan *e-commerce* Shopee

Filter berdasarkan marketplace

Data Perkuartal: Q4 2019 – Q4 2020

| Kuartal 4, 2019 |                        |                  |                   |         |           |            |                 |
|-----------------|------------------------|------------------|-------------------|---------|-----------|------------|-----------------|
| Toko Online     | Pengunjung web bulanan | Ranking Appstore | Ranking Playstore | Twitter | Instagram | Facebook   | Jumlah Karyawan |
| 1. Shopee       | 72.973.300             | #1               | #1                | 152.280 | 3.600.020 | 14.720     | 3.799           |
| 2. Tokopedia    | 67.900.000             | #2               | #3                | 347.950 | 1.617.380 | 891.440    | 3.865           |
| Kuartal 1, 2020 |                        |                  |                   |         |           |            |                 |
| Toko Online     | Pengunjung web bulanan | Ranking Appstore | Ranking Playstore | Twitter | Instagram | Facebook   | Jumlah Karyawan |
| 1. Shopee       | 71.533.300             | #1               | #1                | 210.300 | 4.215.000 | 16.793.400 | 4000+           |
| 2. Tokopedia    | 69.800.000             | #2               | #3                | 387.800 | 1.672.100 | 6.378.200  | 3000+           |
| Kuartal 2, 2020 |                        |                  |                   |         |           |            |                 |
| Toko Online     | Pengunjung web bulanan | Ranking Appstore | Ranking Playstore | Twitter | Instagram | Facebook   | Jumlah Karyawan |
| 1. Shopee       | 93.440.300             | #1               | #1                | 320.800 | 4.851.200 | 17.841.400 | 5.100           |

|                 |                        |                  |                   |         |           |            |                 |
|-----------------|------------------------|------------------|-------------------|---------|-----------|------------|-----------------|
| 2.<br>Tokopedia | 86.103.300             | #2               | #3                | 445.100 | 1.780.500 | 6.377.800  | 4.100           |
| Kuartal 3, 2020 |                        |                  |                   |         |           |            |                 |
| Toko Online     | Pengunjung web bulanan | Ranking Appstore | Ranking Playstore | Twitter | Instagram | Facebook   | Jumlah Karyawan |
| 1.<br>Shopee    | 96.532.300             | #1               | #1                | 486.100 | 5.965.200 | 18,870,500 | 7.000           |
| 2.<br>Tokopedia | 84.997.100             | #2               | #4                | 611.900 | 2.120.700 | 6,385,100  | 4.300           |
| Kuartal 4, 2020 |                        |                  |                   |         |           |            |                 |
| Toko Online     | Pengunjung web bulanan | Ranking Appstore | Ranking Playstore | Twitter | Instagram | Facebook   | Jumlah Karyawan |
| 1.<br>Shopee    | 129.320.800            | #1               | #1                | 541.700 | 7.100.000 | 19.908.390 | 9.066           |
| 2.<br>Tokopedia | 114.655.600            | #2               | #4                | 710.400 | 2.400.000 | 6.372.160  | 4.521           |

Sumber : <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>

Berdasarkan data pendukung yang bersumber dari <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> yang diakses pada tanggal 15 Juli 2024 dapat diketahui bahwa e-commerce Shopee mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang sangat cepat mengalahkan pesaingnya. Shopee berhasil menduduki peringkat ke-1 pada tahun 2019 kuartal 4. Bahkan, di tahun 2020 dari kuartal 1 sampai kuartal 4 Shopee sukses mempertahankan peringkat 1 marketplace berdasarkan pengunjung web bulanan, ranking Appstore, ranking Playstore, Twitter, Instagram, Facebook, dan jumlah karyawan.

Kepercayaan (trust) yaitu keyakinan pada orang lain bahwa tindakannya bisa dipertanggungjawabkan. Kepercayaan bisa menjadi kunci dari suksesnya bisnis, termasuk dalam hal transaksi jual beli. Semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen pada perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Ketika konsumen sudah percaya dan puas maka disitu akan tercipta loyalitas konsumen.

Menurut Zaltman dkk, dalam penelitian milik Riadi (2018) bahwa kepercayaan diartikan sebagai keinginan menggantungkan diri pada kolega bertukar yang sudah dipercayai. Kepercayaan yang dimaksud mengarah pada keyakinan bahwa pihak lain memiliki kemampuan dalam menjalankan tugas dan kesungguhan bahwa pihak lain dalam menjalankan apa yang sudah disepakati. Jadi kepercayaan dapat menjadi bagian dari pemasaran dalam membentuk hubungan yang loyal dengan pelanggan. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian dari Setiawan (2013) bahwa kepercayaan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan PDAM Tirta Moedal Semarang, yang berarti bahwa semakin tinggi kepercayaan pelanggan maka semakin tinggi loyalitasnya. Tetapi dalam penelitian milik Rachmawaty (2020) menemukan hasil, bahwa Kepercayaan Konsumen berpengaruh negatif terhadap Loyalitas Konsumen.

Variabel lain yang diduga mempengaruhi Loyalitas Konsumen yaitu Kualitas Produk. Kualitas produk yang baik dapat menciptakan kepuasan dan konsumen akan menjadi loyal. Kotler dan Armstrong dalam penelitian milik Setiawan (2013) mengatakan Kualitas Produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Berdasarkan penelitian milik Pongoh (2013) bahwa konsumen yang menerima produk dengan kinerja yang berkualitas, maka

dengan demikian ia akan mendapatkan apa yang diharapkan dari produk tersebut. Hal ini berarti bahwa konsumen akan memilih produk dengan kualitas produk yang baik. Dalam penelitian ini konsumen yang menilai bahwa produk Kartu As memiliki kualitas produk yang cukup baik dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Tetapi dalam penelitian milik Rachmawaty (2020) menemukan hasil, bahwa Kepercayaan Konsumen berpengaruh negatif terhadap Loyalitas Konsumen.

Persaingan ketat dalam dunia bisnis membuat perusahaan harus memahami keinginan setiap pelanggan untuk mencapai kepuasan, misalnya melalui kualitas pelayanan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen maka semakin baik juga mutu perusahaan tersebut. Kualitas Pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian milik Kukuh dan Ida (2015) bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Pelanggan. Naiknya nilai kualitas pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan. Jadi, melalui kinerja pelayanan yang baik akan meningkatkan Loyalitas Konsumen. Tetapi dalam penelitian yang dilakukan Purba dan Sulistiono (2013) menemukan hasil bahwa kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen masih lemah.

Menurut Bisnis.com, jumlah pembeli aktif shopee tercatat sebanyak 49,9 juta orang di sepanjang 2018, meningkat 130% secara tahunan dari 2017 sebesar 21,7 juta pembeli aktif. Menurut Kompas.com, berdasarkan data dari App Annie sepanjang 2021, Shopee tercatat sebagai platform belanja *online* nomor satu di Indonesia dengan jumlah total unduhan terbanyak, baik itu lewat Google Play Store maupun Apple App Store. Sebagai aplikasi mobileplatform terbesar di Indonesia, Shopee memberikan tawaran jual beli online yang menyenangkan, gratis dan

terpercaya via ponsel. Dengan aplikasi Shopee bisa mendaftarkan produk jualan dan berbelanja berbagai penawaran menarik dengan harga termurah dan gratis ongkir ke seluruh Indonesia (Sastika, 2017).

Hal tersebut yang menjadi latar belakang peneliti melakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada e-commerce Shopee (Studi Kasus di Kota Pekalongan).

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang menghasilkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada *e-commerce* Shopee di Kota Pekalongan?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada *e-commerce* Shopee di Kota Pekalongan?
3. Apakah Kepercayaan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada *e-commerce* Shopee di Kota Pekalongan?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Konsumen berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen pada *e-commerce* Shopee di Kota Pekalongan?

## **C. PEMBATAAN MASALAH**

Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Fokus dari penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada e-commerce Shopee di Kota Pekalongan.
- 2) Penelitian ini dibatasi jumlah sampelnya, hanya 100 responden saja dari banyaknya populasi yang dipakai

sebagai dasar untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada *e-commerce* Shopee di Kota Pekalongan

#### **D. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

Tujuan Penelitian:

- 1) Menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada *e-commerce* Shopee di Kota Pekalongan.
- 2) Menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen pada *e-commerce* Shopee di Kota Pekalongan.
- 3) Menganalisis pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada *e-commerce* Shopee di Kota Pekalongan.
- 4) Menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada *e-commerce* Shopee di Pekalongan.

Manfaat Penelitian:

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

##### 1. Manfaat Teoritis

Sebagai salah satu bentuk sumbangsih dalam menambah ilmu pengetahuan Ekonomi Bisnis Islam khususnya pada di bidang manajemen pemasaran mengenai Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen pada suatu perusahaan.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a) Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi dalam memberikan gambaran pada perusahaan shopee terkait faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen atau pengguna akun shopee dan hubungan antar variabel sehingga dapat membuat kebijakan yang dapat mempertahankan maupun membentuk loyalitas konsumennya.

b) Bagi Peneliti

Sebagai bentuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama menempuh perkuliahan dengan melihat kejadian yang ada di lapangan dan menambah pengalaman serta wawasan dalam penelitian yang berkaitan dengan Ekonomi Bisnis Islam.

c) Bagi Masyarakat

Untuk memberikan informasikan kepada masyarakat pada umumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada perusahaan Shopee dan dari hasil penelitian ini nantinya diharapkan mampu dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas bidang yang sejenis.

## **E. Sistematika Pembahasan**

Rancangan Skripsi ini mengikuti standar Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas K.H Abdurrahman Wahid Tahun 2023 yang memuat hal-hal berikut:

### **1. BAB I Pendahuluan**

Bab pendahuluan peneliti menjelaskan hal yang mendasari penelitian yang dilakukan, selanjutnya peneliti menjelaskan mengenai perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

### **2. BAB II Landasan Teori**

Bab landasan teori peneliti menjelaskan teori-teori dari penelitian yang dilakukan. Bab ini menjelaskan pula telaah pustaka dan hipotesis yang digunakan dalam penelitian.

### **3. BAB III Metode Penelitian**

Bab metode penelitian berisi jenis penelitian dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, variable penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data yang digunakan pada penelitian.



#### **4. BAB IV Pembahasan**

Bab analisis data dan pembahasan berisi gambaran umum tentang objek penelitian dan data yang diperoleh, proses dan hasil analisis, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

#### **5. BAB V Penutup**

Bab penutup terdiri dari tiga sub bab yaitu simpulan, keterbatasan penelitian, dan saran penelitian.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan pada variabel Loyalitas Konsumen.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan pada variabel Loyalitas Konsumen.
3. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan Konsumen berpengaruh signifikan pada variabel Loyalitas Konsumen.
4. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen secara simultan berpengaruh pada Loyalitas Konsumen.

#### **B. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, diantaranya sampel yang digunakan hanya 100 responden saja dari banyaknya populasi yang ada di Kota Pekalongan dan penggunaan variabel yang terbatas dalam penelitian.

#### **C. Saran Penelitian**

1. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan subjek dan variabel dependen yang sama diharapkan menggunakan responden lebih banyak lagi sehingga hasilnya lebih signifikan.
2. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, artinya kualitas pelayanan dan kualitas produk yang ada di Shopee tidak sepenuhnya menjadi pertimbangan oleh konsumen untuk loyal. Maka, Shopee perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produknya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anita, Y. (2019). PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Bisnis Online Shop: Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada di Kota Pekanbaru) (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Artiza, D. D., & Juwita, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada PDAM Tirta Ratu Samban. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 2(2), 146-155.
- Duwi Priyatno, SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis ( Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), hlm. 103.
- Ekowati, S., & Riyadi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Aromania Parfumery Di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 4(1), 284-299.
- Familiar, K., & Maftukhah, I. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 4(4).
- Fitria Solahika, "Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya". *Jurnal*, (Universitas Airlangga. 2015), hlm. 327
- Haroen, R. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt Nusantara Surya Sakti). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta*, 1(2), 101-120.
- Haroen, R. (2020). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PT NUSANTARA SURYA SAKTI). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta*, 1(2), 101-102.

- Hasanuddin, M. R., Rachma, N., & Wahono, B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Pada Pelanggan Kedai Kopi Mr Beard Coffee Jl, Saxophone No. 47 Tunggul Wulung Lowokwaru Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(11).
- Heflin Frinces, Be An Entrepreneur, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011, h. 177-178. Dalam Wardani, H. S., Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang (*Doctoral dissertation*, UIN Walisongo).
- Hidayat, A. (2013). ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pada Member PT.Melia Sehat Sejahtera di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta )
- Jonathan Sarwono, Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS, (Yogyakarta : CV Andi Offset, 2006), hlm. 216.
- Masitoh, M. R., Wibowo, H. A., & Ikhsan, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Mobile Shopee. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 5(1).
- Novitawati, R. A. D., Mahfud, A., & Sasongko, T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Sanger Warung Kopi Aceh Kota Malang. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 7(2), 130-136.
- Nur'Ain, A., & Susila, L. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Uang Elektronik Pada Masyarakat Kabupaten Sukoharjo Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *AKTUAL*, 6(2), 46-55.
- P3EI, Ekonomi Islam, (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2015) hal.

- Pradhana, A., & Sugiarto, Y. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Kasus pada Lunpia Mbak Lien Semarang) (*Doctoral dissertation*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis)
- Puspitasari, A. N. (2013) Pengaruh Kualitas Website Terhadap Nilai Yang Dipersepsikan, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Studi Pada Pelanggan Toko Sepatu Wanita Www.Iwearup.com. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(2).
- Salma, F. S., & Ratnasari, R. T (2015). Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya. *Jurnal ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 2(4)
- Saputro, R., & LATARUVA, E. (2010). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (studi pada PT. Nusantara Sakti Demak) (*Doctoral dissertation*), UNIVERSITAS DIPONEGORO)
- Sari, N. P., & Budiarmo, A. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.(Persero) Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 200-209.
- Sayid Syekh, Pengantar Statistik Ekonomi dan Sosial, ( Jakarta : Baung Persada, 2011 ), hlm. 5.
- Setyawan, B. D. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada PDAM Tirta Moedal Semarang) (*Doctoral dissertation*, Universitas Negeri Semarang).
- Sidharta, I., & Suzanto, B. (2015). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Dan Perilaku Konsumen Pada E-Commerce. *Jurnal Computech*

- Sugiyono, Metode Penelitian dan Pengembangan (*Research and Development*), (Bandung: ALFABETA, 2017), hlm. 154
- Warganegara, T. L., & Alviyani, D. (2020). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Puspita cabang Kotabumi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, 1(2).
- Wemben, F. V., Mananeke, L., & Roring, F. (2020). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada Pegadaian UPC Tanjung Batu. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4).
- Wicaksono, Y., & SANTOSO, S. B. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan di PT. Indo Samudera Perkasa Semarang) (*Directoral dissertation*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Widyanita, F. A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa FE UII Pengguna Shopee.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
PERPUSTAKAAN

Jalan Pahlawan Km. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161  
www.perpustakaan.uingusdur.ac.id email: perpustakaan@uingusdur.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : FEBI AL HAZMI  
NIM : 4117024  
Jurusan/Prodi : EKONOMI SYARIAH  
E-mail address : febialhazmi9@gamil.com  
No. Hp : 085292322520

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir  Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA  
E-COMMERCE SHOPEE  
(STUDI KASUS DI KOTA PEKALONGAN)**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 25 Juli 2024



FEBI AL HAZMI

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani  
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam file softcopy /CD