

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
CUSTOMER LOYALTY PADA E-COMMERCE SHOPEE**

**(Studi Kasus Mahasiswi di DKI Jakarta)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menempuh Gelar Sarjana pada  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Pakuan

**Nurdilla Septidar**

**044116426**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN**

**2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh

Nama : Nurdilla Septidar

NPM : 044116426

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Customer Loyalty* Pada  
*E-Commerce* Shopee, Studi Kasus Mahasiswi di DKI Jakarta

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Qoute Nuraini C, M.I.Kom

NIP/NIK: 1.0113 001 608

Pembimbing II : Prasetyo Adinugroho, M.I.Kom

NIP/NIK: 1.0616 049 760

Pembaca : Muslim, M.Si

NIP/NIK: 1. 0909 018 51

Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 7 Agustus 2020

oleh

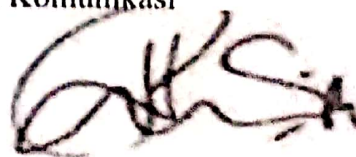
Dekan Fakultas Ilmu Sosial  
dan Ilmu Budaya



Dr. Henny Suharyati, M.Si  
NIP: 196006071990092001



Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comm  
NIP: 1.0113 001 607

## ABSTRAK

**NURDILLA SEPTIDAR. 044116426. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Customer Loyalty* Pada *E-Commerce* Shopee, Studi Kasus Mahasiswi di DKI Jakarta.** Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: **Qoute Nuraini C, M.I.Kom dan Prasetyo Adinugroho, M.I.Kom.**

Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang berada di DKI Jakarta. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diolah menggunakan SPSS versi 22. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap *customer loyalty* Shopee, hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 17.605 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan, berdasarkan hasil perhitungan statistik uji simultan, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap *customer loyalty* Shopee, hal tersebut dibuktikan dengan nilai F-hitung sebesar 309.932 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 serta koefisien determinasi yakni 0,760 yang berarti bahwa *customer loyalty* dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan sebesar 76% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, *Customer Loyalty*, *E-Commerce*