

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA

#### A. Gambaran Umum Perusahaan

##### 1. Sejarah Shopee

Shopee adalah *platform* belanja *online* terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan, diluncurkan tahun 2015 di Singapura. Saat ini Shopee merupakan *platform* belanja *online* terbesar di beberapa negara seperti Singapura, Malaysia, Indonesia, Thailand, Taiwan, Vietnam dan Philippines. Shopee memiliki tujuan pada kekuatan *transformative* dari teknologi dan ingin mengubah dunia menjadi lebih baik dengan menyediakan *platform* untuk menghubungkan pembeli dan penjual dalam satu komunitas. Shopee menawarkan pengalaman berbelanja *online* komprehensif dari berbagai pilihan produk sampai ke sebuah komunitas sosial untuk bereksplorasi dan layanan untuk selalu memenuhi kebutuhan konsumen.

#### B. Logo Shopee



Gambar 4.1 Logo Shopee

### C. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah semua kalangan masyarakat dan memiliki akun Shopee serta telah melakukan transaksi atau berbelanja di *marketplace* Shopee minimal 3 kali. Terdapat 100 responden dalam penelitian ini yang diambil dari penyebaran kuesioner dalam metode pengumpulan data nya, berikut adalah gambaran umum dari karakteristik responden:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Frekuensi	
1	Usia	17 tahun	9
		17-20 tahun	11
		21-25 tahun	35
		>25 tahun	45
2	Jenis Kelamin	Pria	43
		Wanita	57
		Jumlah	100
3	Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	55
		Pegawai Swasta	11
		Wiraswasta	4
		Lain-lain	35
		Jumlah	100
3	Pendapatan	< 1 juta	5
		1 - 2,5 juta	67
		2,5 - 5 juta	26
		> 5 juta	2
		Jumlah	100

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin wanita dan didominasi oleh pelajar/mahasiswa dengan pendapatan Rp1.000.000 sampai dengan Rp2.500.000.

#### D. Analisis data

Analisis data dilakukan dengan bantuan SPSS Statistic 27.

##### 1. Uji Instrumen

###### a). Uji Validitas

Uji validitas dengan menggunakan 100 responden maka r tabel yaitu  $(n-2)$ , n adalah jumlah sampel:  $n-2 = 100-2 = 98$  (0,1654).

Tabel 4.2 Uji Validitas

Variabel	Item	<i>Pearson Correlation</i> (r hitung)	r tabel	Keterangan
<i>Electronic Service Quality</i>	X1.1	0,707	0,1654	Valid
	X1.2	0,609	0,1654	Valid
	X1.3	0,608	0,1654	Valid
	X1.4	0,684	0,1654	Valid
	X1.5	0,61	0,1654	Valid
	X1.6	0,719	0,1654	Valid
	X1.7	0,669	0,1654	Valid
	X1.8	0,743	0,1654	Valid
	X1.9	0,73	0,1654	Valid
	X1.10	0,727	0,1654	Valid
	X1.11	0,652	0,1654	Valid
	X1.12	0,611	0,1654	Valid
	X1.13	0,512	0,1654	Valid
	X1.14	0,248	0,1654	Valid
<i>Brand Ambassador</i>	X2.1	0,71	0,1654	Valid
	X2.2	0,751	0,1654	Valid
	X2.3	0,825	0,1654	Valid

	X2.4	0,644	0,1654	Valid
	X2.5	0,568	0,1654	Valid
	X2.6	0,71	0,1654	Valid
	X2.7	0,699	0,1654	Valid
<i>Price Discount</i>	X3.1	0,681	0,1654	Valid
	X3.2	0,718	0,1654	Valid
	X3.3	0,799	0,1654	Valid
	X3.4	0,798	0,1654	Valid
	X3.5	0,718	0,1654	Valid
Loyalitas	Y1.1	0,707	0,1654	Valid
	Y1.2	0,737	0,1654	Valid
	Y1.3	0,661	0,1654	Valid
	Y1.4	0,726	0,1654	Valid
	Y1.5	0,728	0,1654	Valid
	Y1.6	0,766	0,1654	Valid
	Y1.7	0,695	0,1654	Valid
	Y1.8	0,661	0,1654	Valid

Dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan memiliki hasil  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, sehingga semua pertanyaan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

b). Uji Reliabilitas

Ketentuan variabel dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* melebihi 0,060. Berikut adalah hasil pengujianya

Tabel 4.3 Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of item</i>	Keterangan
1	<i>Electronic Service Quality</i>	0,883	14	Reliabel
2	<i>Brand Ambassador</i>	0,830	7	Reliabel
3	<i>Price Discount</i>	0,795	5	Reliabel
4	Loyalitas	0,858	8	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk seluruh variabel melebihi 0,60 sehingga semua variabel dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

## 2. Uji Asumsi Dasar (Uji Normalitas)

Tabel 4.4 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.42080575
Most Extreme Differences	Absolute		.041
	Positive		.041
	Negative		-.039
Test Statistic			.041
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>			.200 <sup>d</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.		.947
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.942
		Upper Bound	.953

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa *Asym. Sig. (2-tailed)* yaitu sebesar 0,20 atau lebih besar dari 0,05, maka hasil tersebut menunjukkan data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinearitas

Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 5, maka tidak ada multikolinearitas antar variabel dalam model regresi.

Tabel 4.5 Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.700	2.678		1.382	.170		
	TOTAL_X1	.221	.052	.360	4.212	<.001	.554	1.805
	TOTAL_X2	.119	.078	.107	1.521	.131	.812	1.232
	TOTAL_X3	.637	.129	.439	4.944	<.001	.513	1.948

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk ketiga variabel memiliki nilai VIF < 5, maka dengan demikian dapat diartikan tidak ada multikolinearitas antar variabel dalam model regresi.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokdesitas. Kriteria ujinya yaitu jika nilai signifikansi variabel bebas > 0,05 maka tidak terdapat heterokdesitas.

Tabel 4.6 Uji Heterokedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.806	1.663		2.289	.024
	TOTAL_X1	-.046	.033	-.190	-1.422	.158
	TOTAL_X2	.055	.049	.124	1.124	.264
	TOTAL_X3	-.046	.080	-.079	-.573	.568

a. Dependent Variable: RES\_2

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi semua variabel independen lebih dari 0,05, berarti tidak terjadi heterokedasitas pada model regresi.

#### 4. Uji F (*Goodness of Fit*)

Menurut Ghozali (2018) ketepatan fungsi regresi sampel untuk menaksir *value riil* dapat diukur berdasarkan *Goodness of Fit*. Apabila nilai signifikansi F statistik kurang dari 0,05 maka model layak digunakan.

Tabel 4.7 Uji F (*Goodness of Fit*)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	911.670	3	303.890	50.284	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	580.170	96	6.043		
	Total	1491.840	99			

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL\_X3, TOTAL\_X2, TOTAL\_X1

Berdasarkan tabel di atas hasil uji F memiliki nilai signifikansi < 0,05, artinya semua variabel independen mampu memprediksi variabel dependen dengan tepat dan model penelitian ini layak digunakan.

## 5. Uji Analisis Data (Analisis Regresi Linear Berganda)

Tabel 4.8 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.700	2.678		1.382	.170
	TOTAL_X1	.221	.052	.360	4.212	<.001
	TOTAL_X2	.119	.078	.107	1.521	.131
	TOTAL_X3	.637	.129	.439	4.944	<.001

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 3.700 + 0,221X_1 + 0,119X_2 + 0,637X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta ( $\alpha$ ) = 3.700, artinya jika semua variabel bebas yaitu X1, X2, X3 nilainya 0 atau tidak mengalami perubahan maka (Y) nilainya akan sebesar 3.700 satuan. Namun karena nilai sigifikansi > 0,05 maka tidak dapat diartikan.
- Nilai koefisien regresi variabel *Electronic Service Quality* ( $\beta_1$ ) = 0,221 dengan nilai sig. < 0,05 (signifikan). Artinya menunjukkan pengaruh positif (searah), jika *Electronic Service Quality* (X1) mengalami kenaikan sedangkan variabel lainnya tetap maka akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan dan juga sebaliknya.
- Nilai koefisien regresi variabel *Brand Ambassador* ( $\beta_2$ ) = 0,119 dengan nilai sig. > 0,05 (tidak signifikan), hal ini berarti nilai



koefisien regresi tidak dapat diartikan karena hasil regresi tidak signifikan secara statistik.

- d. Nilai koefisien regresi variabel *Price Discount* ( $\beta_3$ ) = 0,637 dengan nilai sig. < 0,05 (signifikan), artinya menunjukkan pengaruh positif (searah), jika *Price Discount* (X3) mengalami kenaikan sedangkan variabel lainnya tetap maka akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan dan juga sebaliknya.

### 6. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, sesuai hipotesis yang diajukan maka diharapkan setiap variabel independen yang dianalisis menggunakan regresi linier berganda memiliki nilai signifikan < 0,05 dan koefisien regresi positif.

Tabel 4.9 Uji t

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.700	2.678		1.382	.170
	TOTAL_X1	.221	.052	.360	4.212	<.001
	TOTAL_X2	.119	.078	.107	1.521	.131
	TOTAL_X3	.637	.129	.439	4.944	<.001

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Berdasarkan tabel di atas, uji hipotesis menunjukkan hasil sebagai berikut:

- a. Variabel X1 memiliki nilai signifikansi 0,001 < 0,05 dengan nilai koefisien regresi positif 0,221, maka hipotesis Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa *Electronic Service Quality*

berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee **diterima**.

b. Variabel X2 memiliki nilai signifikan  $0,131 > 0,05$  dengan nilai koefisien 0,119, maka Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa *Brand Ambassador* berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee **ditolak**.

c. Variabel X3 memiliki nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  dengan nilai koefisien positif 0,637, maka Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa *Price Discount* berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee **diterima**.

#### 7. Koefisien Determinasi (*Adjusted R2*)

Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.782 <sup>a</sup>	.611	.599	2.458	2.025

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_X3, TOTAL\_X2, TOTAL\_X1

b. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Berdasarkan tabel di atas nilai *Adjusted R* bernilai 0,599 atau (59,9%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan variasi perubahan variabel dependen sebesar 59,9%, sedangkan sisanya (41,1%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk pada penelitian ini.

## E. Pembahasan

1. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Electronic Service Quality* berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ibrahim et al. (2021), namun penelitian ini tidak mendukung penelitian Werner & Reski (2022) yang menyatakan variabel *Electronic Service Quality* tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.
2. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel *Brand Ambassador* tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu Nurul & Kamila (2021) yang menyatakan variabel *Brand Ambassador* tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, namun penelitian ini tidak mendukung penelitian Syafarina (2021) yang menyatakan variabel *Brand Ambassador* berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan.
3. Hasil penelitian dengan variabel *Price Discount* menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aryantiningrum & Insyirah (2020) yang menyatakan *Price Discount* berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan, namun demikian penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Henggara dkk. (2020) yang menyatakan *Price Discount* tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.