

**PENGARUH *RESPONSIVITAS* DAN *PRIVASI* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* YANG DIMEDIASI *E-SERVICE QUALITY* SHOPEE
PADA MAHASISWA UMPO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat

Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas

Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Dea Putri Aulia

NIM : 21415393

Program Study : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2025

**PENGARUH *RESPONSIVITAS* DAN *PRIVASI* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* YANG DIMEDIASI *E-SERVICE QUALITY* SHOPEE
PADA MAHASISWA UMPO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat

Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas

Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Dea Putri Aulia

NIM : 21415393

Program Study : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Responsivitas* Dan *Privasi* Terhadap
Customer Satisfaction Dimediasi Oleh *E-Service Quality*
Nama : Dea Putri Aulia
NIM : 21415393
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 19 November 2002
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-I)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 8 Januari 2025

Pembimbing I

FERY SETIAWAN, SE., MM
NUPTK. 1552767668131043

Pembimbing II

NANING KRISTİYANA, S.E., MM
NUPTK. 2253753654230083

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

DR. HADES MARSONO, S.E., M.Si
NUPTK. 197605082005011002

Dosen Penguji :

FERY SETIAWAN, SE., MM
NUPTK. 1552767668131043

WAHNA WIDHIANINGRUM, SP., MM
NUPTK. 343974665230213

SITI CHAMIDAH, SE., M.Si
NUPTK. 3851749650230102

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Responsivitas* dan *privasi* terhadap *customer satisfaction* yang dimediasi oleh *e-service quality* Shopee pada mahasiswa UMPO. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UMPO pengguna Shopee. Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan *nonprobabilitas* dengan teknik *accidental* sampling, yaitu teknik pengambilan sampel *non probabilitas* yang melibatkan pengambilan sampel populasi yang dekat. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa UMPO pengguna Shopee. Metodologi penelitian yang di gunakan yaitu menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan bantuan software *Smart PLS version 4.1*

Hasil analisis menunjukkan bahwa *responsivitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-service quality* Shopee, *privasi* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-service quality* Shopee, *e-service quality* Shopee berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *responsivitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *e-privasi* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *e-service quality* berhasil memediasi pengaruh *responsivitas* terhadap *customer satisfaction*, dan *e-service quality* berhasil memediasi pengaruh *privasi* terhadap *customer satisfaction*.

Kata Kunci : *Responsivitas, Privasi, E-Service Quality, dan Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatulahi. Wabarakatuh.

Alhamdulillah 'alamiin, puji syukur senantiasa peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga skripsi yang berjudul **“Pengaruh Responsivitas Dan Privasi Terhadap Customer Satisfaction Dimediasi Oleh Customer Satisfaction Shopee Pada Mahasiswa UMPO Pengguna Shopee”** dapat terselesaikan dengan lancar dan tepat waktu. Shalawat beserta salam senantiasa tercurahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi seluruh umat dan kita nantikan syafaat-Nya di yaumul qiyamah.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, dukungan dan kerjasama dari semua pihak. Untuk itu pada kesempatan ini dengan rasa hormat dan ketulusan hati peneliti menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Rido Kurnianto, M.Ag. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Ibu Naning Kristiyana, SE.MM selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen
4. Bapak Fery Setiawan, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Naning Kristiyana, SE.MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah senantiasa bersabar

dalam membimbing peneliti dan memberikan arahan serta semangat untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, semoga ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan dapat bermanfaat bagi agama, bangsa dan negara.
6. Bapak dan Ibu yang hebat, terima kasih atas cinta, doa, dan dukungan tanpa batas yang telah Bapak dan Ibu berikan kepada peneliti.
7. Kepada teman-teman kelas Manajemen F Angkatan 2021, kalian sudah menjadi teman terbaik untuk saya selama menempuh pendidikan sarjana.
8. Kepada seluruh pihak yang telah mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharap segala bentuk saran serta masukan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraktuh

Ponorogo, 8 Januari 2025

Peneliti,



Dea Putri Aulia

MOTTO

All Or Nothing.



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
RINGKASAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
MOTTO	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK.....	xii
BAB I.....	13
PENDAHULUAN.....	13
1.1 Latar Belakang Masalah.....	13
1.2 Perumusan Masalah.....	26
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	27
1 Tujuan Penelitian.....	27
2 Manfaat Penelitian.....	27
BAB II	29
TINJAUAN PUSTAKA.....	29
2.1 Landasan Teori.....	29
1. Manajemen Pemasaran	29
a Definisi Manajemen Pemasaran	29
b Fungsi Manajemen Pemasaran.....	30
2 Definisi Bauran Pemasaran.....	31
3 Perilaku Konsumen.....	32
a Definisi Perilaku Konsumen.....	32
b Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	33
4 Customer Satisfaction	35
a Definisi <i>Customer Satisfaction</i>	35
b Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	36
5 Model <i>Servqual</i>	36
6 E-Service Quality.....	37

a Definisi <i>E-Service Quality</i>	37
b Karakteristik <i>E-Service Quality</i>	37
c Indikator <i>E-Service Quality</i>	38
7 Responsivitas	40
a Definisi <i>Responsivitas</i>	40
b Indikator <i>Responsivitas</i>	40
8 Privasi	41
a Definisi <i>Privasi</i>	41
b Konsep <i>Privasi</i>	41
c Indikator <i>Privasi</i>	43
2.2 Penelitian Terdahulu	44
2.3 Kerangka Berfikir	48
2.4 Hipotesis	50
BAB III	55
METODE PENELITIAN	55
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	55
3.2 Populasi Dan Sampel Penelitian	55
1 Populasi Penelitian	55
2 Sampel Penelitian	56
3.4 Metode Pengambilan Data	57
3.5 Definisi Operasional Variabel	58
3.6 Metode Analisis Data	62
1 Teknik Analisis Data	62
2 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	63
a Uji Validitas	63
b Uji Reliabilitas	64
3 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	64
a <i>R-Square</i> (R^2)	65
4 Analisis Direct Effect (Pengaruh langsung)	66
5 Analisis <i>Indirect Effect</i> (Pengaruh Tidak Langsung)	67
6 Pengujian Hipotesis	67

a Pengujian Mediasi Secara Model (Uji t)	68
BAB IV	70
HASIL DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Hasil Penelitian.....	70
1 Gambaran Umum Objek.....	70
a Profil Singkat Perusahaan.....	70
b Logo Perusahaan	70
c Visi Misi Shopee	71
2 Identitas Responden.....	71
a Identitas Responden Berdasarkan Fakultas	72
b Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
c Lama Menggunakan Shopee	74
d Frekuensi Penggunaan Shopee.....	74
e Pendapatan Pengguna Shopee	75
3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	76
a Variable Responsivitas (X1).....	78
b Privasi (X2)	80
c <i>Customer Satisfaction</i> (Y1)	82
d <i>E-Service Quality</i>	84
4.2 Skema Model <i>Partial Least Square</i>	86
4.3 Model Pengukuran (Outer Model).....	87
1 Uji Validitas	87
2 Uji Reliabilitas	90
4.4 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	91
1 <i>R-Square</i> (R²)	91
2 Analisis <i>Direct Effect</i> (Pengaruh Langsung).....	92
3 Analisis <i>Indirect Effect</i> (Pengaruh Tidak Langsung).....	93
4.5 Pengujian Hipotesis.....	93
4.6 Pembahasan	100
1 Pengaruh <i>responsvitas</i> terhadap <i>e-service quality</i>.....	100
2 Pengaruh <i>privasi</i> terhadap <i>e-service quality</i>.....	101

3 Pengaruh <i>e-service quality</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	103
4 Pengaruh <i>responsivitas</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	104
5 Pengaruh <i>privasi</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	105
6 Pengaruh <i>responsivitas</i> terhadap <i>customer satisfaction</i> yang dimediasi oleh <i>e-service quality</i> Shopee pada mahasiwa UMPO.....	106
7 Pengaruh <i>privasi</i> terhadap <i>customer satisfaction</i> yang dimediasi oleh <i>e-service quality</i> Shopee pada mahasiwa UMPO	108
BAB V.....	110
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Saran.....	111
Daftar Pustaka.....	112
LAMPIRAN.....	122



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian terdahulu.....	44
Tabel 2 Skala Likert.....	58
Tabel 3 Kriteria R-Square	65
Tabel 4 Frekuensi Responden Berdasarkan Fakultas.....	72
Tabel 5 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel 6 Frekuensi Berdasarkan Lama Penggunaan Shopee.....	74
Tabel 7 Frekuensi Penggunaan Shopee.....	75
Tabel 8 Frekuensi Pendapatan Pengguna Shopee.....	76
Tabel 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Reasponsivitas.....	78
Tabel 10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Privasi.....	80
Tabel 11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Customer Satisfaction.....	82
Tabel 12 Tanggapan Responden Terhadap Variabel E-Service Quality	84
Tabel 13 Nilai outer lading	87
Tabel 14 Nilai AVERAGE Variant Extrac.....	89
Tabel 15 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	90
Tabel 16 Nilai R-Square (R2)	91
Tabel 17 Nilai Direct Effect.....	92
Tabel 18 Nilai Indirect Effect	93
Tabel 19 Hasil Pengujian Hipotesis	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Prosentase Usaha E-Commerce	15
Gambar 2 Data Jumlah Kunjungan E-Commerce.....	16
Gambar 3 Porsi Penggunaan Platform E-Commerce.....	17
Gambar 4 Review Konsumen	23
Gambar 5 Kerangka berfikir	49
Gambar 6 Model Penelitian	69
Gambar 7 Logo Shopee.....	71
Gambar 8 Skema Model Partial Least Square	86
Gambar 9 Kurva penolakan H_0^1 dan penerimaan H_a^1	96
Gambar 10 Kurva penolakan H_0^2 dan penerimaan H_a^2	96
Gambar 11 Kurva penolakan H_0^3 dan penerimaan H_a^3	97
Gambar 12 Kurva penolakan H_0^4 dan penerimaan H_a^4	97
Gambar 13 Kurva penolakan H_0^5 dan penerimaan H_a^5	98
Gambar 14 Kurva penolakan H_0^6 dan penerimaan H_a^6	99
Gambar 15 1Kurva penolakan H_0^7 dan penerimaan H_a^7	99

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustakan.

Ponorgo, Januari 2025



Dea Putri Aulia
NIM. 21415393