

KONSENTRASI  
MANAJEMEN PEMASARAN

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE*, *PERCEIVED ENJOYMENT* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *WORD OF MOUTH* PADA PENGGUNA SHOPEE DI SURABAYA**

Skripsi – S1



OLEH :

FELITA OCTORA LIANNA

3103015182

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2019

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE*, *PERCEIVED ENJOYMENT*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *WORD OF*  
*MOUTH* PADA PENGGUNA SHOPEE DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen

OLEH :

FELITA OCTORA LIANNA

3103015182

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE*, *PERCEIVED ENJOYMENT* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *WORD OF MOUTH* PADA PENGGUNA SHOPEE DI SURABAYA**

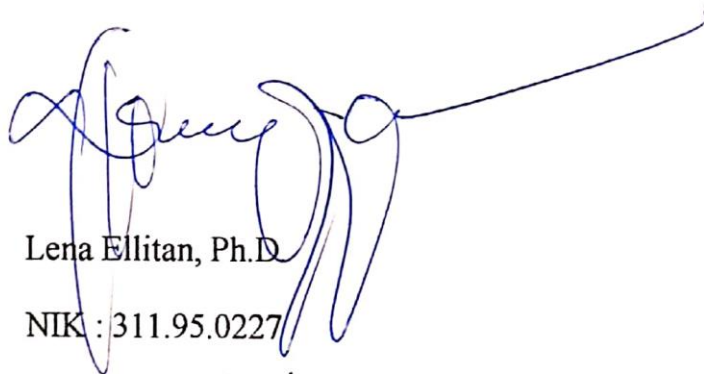
Oleh :

FELITA OCTORA LIANNA

3103015182

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Lena Ellitan, Ph.D

NIK : 311.95.0227

Tanggal: ..29/05/2019

Pembimbing II,



Dra. Ec. Ani Suhartatik, MM

NIK : 311.89.0147

Tanggal: ..29/05/2019

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Felita Octora Lianna dengan NRP. 3103015182. Telah diuji pada tanggal 05 Juli 2019 dan dinyatakan LULUS.oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dra. Ec. Ani Suhartatik MM.

NIK : 311.89.0147

Mengetahui



Dr. Lodovicus L., M.M., Ak., CA., CPAI.  
NIK. 321. 99. 0370

Ketua Jurusan



Robertus Sigit H.L, SE.,M.Se  
NIK: 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Felita Octora Lianna

NRP : 3103015182

Judul : *PENGARUH PERCEIVED VALUE, PERCEIVED ENJOYMENT  
TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN WORD OF  
MOUTH PADA PENGGUNA SHOPEE DI SURABAYA*

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya Tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarism, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 2019

Yang menyatakan,

The image shows a yellow postage stamp with the text 'METERAI TEMPEL' at the top, 'TGL 20' in the middle, and '6000 ENAM RIBURUPIAH' at the bottom. A handwritten signature is written over the stamp.

Felita Octora Lianna

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah-Nya. Limpahan kasih, karunia dan rahmat-Nya yang selalu diberikan kepada penulis sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Perceived Value*, *Perceived Enjoyment* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Word of Mouth* Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Surabaya” yang dapat selesai dengan tepat waktu.

Dan tidak hanya itu saja, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bpk. Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bpk. Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu. Lena Ellitan, Ph. D selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengarahan dan ide cemerlang yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu. Dra. Ec. Ani Suhartatik MM. selaku dosen pembimbing yang juga telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengajaran dan pengarahan yang sangat membantu, ide dan saran-saran yang sangat berguna. Terima kasih kepada Bu Ani yang senantiasa sabar dan tidak pernah marah atas kesalahan-kesalahan yang penulis lakukan.
5. Semua dosen dan tata usaha Universitas Katolik Widya Mandala yang selama ini telah banyak membantu penulis dalam banyak hal.
6. Staff Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala yang selalu memberikan fasilitas yang nyaman untuk mengerjakan skripsi.
7. Papa Lukito dan Mama Lian. Terima kasih untuk papa dan mama yang selama ini telah memberikan doa dan membiayai sekolah dan selalu mengusahakan yang terbaik bagi anak-anaknya. Terima kasih untuk selalu

mengingatkan terus berjuang dan bersemangat, motivasi serta dukungan yang sangat besar dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Koko Garry, Koko Dicky, dan Angel yang selalu mengingatkan untuk terus berjuang dan bersemangat, memberikan doa, motivasi serta dukungan yang besar dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Warga BAAK baik Student Staff maupun Staff Internal yang selalu memberikan pengertian, dukungan serta doa bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Terima kasih kepada kekasih saya Kang Daniel, yang memberi saya semangat dari kejauhan hingga membuat saya bersemangat dalam mengerjakan skripsi.
11. Kawan-kawan di grup Bimbingan Bu Lena, Teman Bimbingan Bu Ani, Firly, Alvin, Edho, Mas Heri, Jennifer, Lala, Nadya, Mega, Alex dan juga Teman Nongkrong Leo, Ronaldo, Rafi dan juga Bobby atas bantuan, dukungan, doa, motivasi, saran, kasih sayang, dan keceriaan untuk kelancaran skripsi ini. Terima kasih untuk yang selalu berbagi ide-ide dan informasi yang berarti serta yang memberikan kesabaran dan ketulusannya menemani penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Terima kasih kepada member Wanna One yang selalu menemani dan memberikan motivasi serta semangat kepada penulis dalam pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, Juli 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Manfaat Penelitian .....	10
1.5. Sistematika Penulisan .....	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1. <i>Perceived Value</i> .....	11
2.1.2. <i>Perceived Enjoyment</i> .....	12
2.1.3. <i>Customer Satisfaction</i> .....	13
2.1.4. <i>Word of Mouth</i> .....	14
2.2. Penelitian Terdahulu .....	15
2.3. Pengembangan Hipotesis .....	18
2.3.1. Pengaruh Variabel <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	18
2.3.2. Pengaruh Variabel <i>Perceived Enjoyment</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	19



2.3.3.	Pengaruh Variabel <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	20
2.3.4.	Pengaruh Variabel <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	21
2.3.5.	Pengaruh Variabel <i>Perceived Enjoyment</i> Terhadap <i>Word of mouth</i> .....	22
2.4.	Model Penelitian .....	22
2.5.	Hipotesis Penelitian .....	23
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		24
3.1.	Desain Penelitian.....	24
3.2.	Identifikasi, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	24
3.2.1.	Variabel Independen ( <i>Perceived Value, Perceived Enjoyment</i> ) .....	24
3.2.2.	Variabel Dependen ( <i>Customer Satisfaction dan Word of Mouth</i> ) .....	25
3.2.3.	Pengukuran Variabel .....	26
3.3.	Jenis dan Sumber Data .....	26
3.4.	Metode Pengumpulan Data .....	27
3.5.	Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan .....	27
3.6.	Teknik Analisis Data.....	28
3.6.1.	Uji Normalitas Data .....	29
3.6.2.	Uji Kecocokan Model Keseluruhan.....	30
3.6.3.	Uji Validitas .....	31
3.6.4.	Uji Reliabilitas .....	31
3.6.5.	Uji Kecocokan Model Struktural .....	32
3.6.6.	Uji Hipotesis .....	32
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		33
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	33
4.1.1.	Pengguna aplikasi Shopee .....	33
4.1.2.	Domisili Responden .....	33
4.1.3.	Usia.....	33

4.1.4. Jenis Kelamin .....	33
4.1.5. Status/Pekerjaan.....	34
4.1.6. Pengeluaran .....	34
4.2.Deskripsi Data.....	35
4.2.1. Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i> .....	36
4.2.2. Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Enjoyment</i> .....	37
4.2.3. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	38
4.2.4. Statistik Deskriptif Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	38
4.3.Hasil Analisis Data .....	39
4.3.1. Uji Normalitas .....	39
4.3.2. Uji Kecocokan Model Keseluruhan .....	41
4.3.3. Uji Validitas.....	42
4.3.4. Uji Realibilitas .....	43
4.3.5. Uji Kecocokan Model Struktural.....	45
4.3.6. Uji Hipotesis .....	46
4.4. Pembahasan.....	47
4.4.1. Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	47
4.4.2. Pengaruh <i>Perceived Enjoyment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	48
4.4.3. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Word of Mouth</i> ...	50
4.4.4. Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	50
4.4.5. Pengaruh <i>Perceived Enjoyment</i> terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	51
BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....	53
5.1. Kesimpulan.....	53
5.2. Keterbatasan .....	54
5.3. Saran .....	54
DAFTAR PUSTAKA .....	
LAMPIRAN .....	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perkiraan Pengguna Internet di Indonesia .....	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3.1. Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	31
Tabel 4.1. Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.2. Status/Pekerjaan .....	35
Tabel 4.3. Pengeluaran .....	35
Tabel 4.4. Interval Rata-rata Skor .....	35
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i> .....	36
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Enjoyment</i> .....	37
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	38
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	39
Tabel 4.9. Hasil Uji Normalitas Data <i>Univariate</i> .....	40
Tabel 4.10. <i>Test of Multivariate Normality for Continuous Variables</i> .....	41
Tabel 4.11. Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i> Indeks .....	41
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas .....	42
Tabel 4.13. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> .....	44
Tabel 4.14 <i>Structural Equation</i> .....	45
Tabel 4.15 Pengujian Hipotesis .....	46

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pertumbuhan Karyawan pada Shopee .....	2
Gambar 2.1. Model Penelitian .....	23

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner
Lampiran 2.	Data Responden
Lampiran 3.	Tabel Deskripsi Responden
Lampiran 4.	<i>Output Prelis</i>
Lampiran 5.	<i>Output Lisrel</i>
Lampiran 6.	<i>Path Diagram T-Value</i>
Lampiran 7.	<i>Path Diagram Standardize Solution</i>
Lampiran 8.	<i>Path Diagram Estimates</i>

PENGARUH PERCEIVED VALUE, PERCEIVED ENJOYMENT TERHADAP  
WORD OF MOUTH MELALUI CUSTOMERSATISFACTION PADA  
PENGGUNA SHOPEE  
DI SURABAYA

**ABSTRAK**

Dalam era globalisasi sekarang ini teknologi dan internet mulai mengubah perilaku manusia dalam melakukan segala aktivitas secara *online*. Salah satu kegiatan *online* yang sedang berkembang adalah *online shop*. Pengelola situs *online shop* perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam berbelanja *online*. Penelitian ini merupakan penelitian kausal yang bertujuan untuk mengetahui hubungan nilai yang dirasakan, nilai kenikmatan terhadap *word of mouth*, serta hubungan kepuasan pelanggan terhadap *word of mouth*. Populasi penelitian ini adalah semua orang yang berdomisili di Surabaya, berusia 17 tahun keatas yang pernah mengunjungi situs *online shop*. Jumlah sampel penelitian ini adalah 150 responden yang disebar melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis SEM dengan bantuan Lisrel 8.80.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, nilai kenikmatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth*. Hal ini menunjukkan pengelolaan yang baik terhadap nilai yang dirasakan, nilai kenikmatan akan membuat kepuasan konsumen yang positif. Pada gilirannya ketika konsumen merasakan kepuasan yang positif, maka konsumen memilih *word of mouth* yang positif.

Kata kunci: *Perceived Value, Perceived Enjoyment, Customer Satisfaction, Word of Mouth*

*INFLUENCE OF PERCEIVED VALUE, PERCEIVED ENJOYMENT,  
CUSTOMER SATISFACTION AND WORD OF MOUTH IN SHOPEE USER  
IN SURABAYA*

**ABSTRACT**

*In the current era of globalization technology and the internet are beginning to change human behavior in carrying out all online activities. One of the developing online activities is an online store. Online store site managers need to consider the factors that influence consumers in online purchases. This research is a causal study that aims to determine the relationship of the value received, the value of pleasure to word of mouth, and the relationship of customer satisfaction with word of mouth. The population of this research is all people who live in Surabaya, visited 17 years and above who have visited the online shop site. The number of samples of this study were 150 respondents who were distributed through questionnaires. This study uses SEM analysis techniques with the help of Lisrel 8.80.*

*The results of this study indicate that the value obtained has a positive and significant effect on customer satisfaction, positive and significant satisfaction values on customer satisfaction, customer satisfaction shows a positive and significant relationship with word of mouth. This shows good management of the value received, the value of pleasure will make positive customer satisfaction. In positive consumers, consumers choose positive word of mouth.*

*Keywords : Perceived Value, Perceived Enjoyment, Customer Satisfaction, Word of Mouth*