

## ABSTRAK

**Samia Putri Batubara, 71190312026, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada E-commerce Shopee (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Aplikasi Shopee), Dibimbing Oleh: Dr.Hj. Safrida, S.E.,M.Si sebagai pembimbing I dan Hj. Sri Elny, S.E.,M.M sebagai pembimbing II, Skripsi 2023.**

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen yang mengguna aplikasi e-commerce shopee. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, dimana data sekunder tersebut dapat ditemukan di website atau aplikasi shopee sendiri dan dari beberapa komentar konsumen terhadap aplikasi tersebut di berbagai jejaring internet. Begitu juga dengan sejarah dari perusahaan yang diambil dari data sekunder. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif . responden dalam penelitian ini adalah para konsumen yang pernah melakukan transaksi online di aplikasi shopee. Penelitian ini menggunakan sampel sebanak 86 responden, dengan teknik Non-Probability Sampling berupa Ancidental Sampling.

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan bantuan software SPSS diperoleh hasil penelitian menunjukkan bahwa : Berdasarkan data yang telah dihipotesiskan kualitas pelayanan(X-1) secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y), dimana X-1 memperoleh nilai T hitung sebesar 2,244 >1,663 dan nilai signifikansi sebesar 0,028 <0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh X-1 terhadap Y. Begitu juga dengan harga (X-2) yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y), dengan hasil yang diketahui X-2 memperoleh nilai T hitung sebesar 3,787 >1,663 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 <0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh X-2 terhadap Y. Diketahui juga nilai F hitung memperoleh sebesar 32,082 > 3,105 maka dapat disimpulkan bahwa variabel X-1 dan X-2 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y. Berdasarkan data di atas, diketahui R square memperoleh nilai sebesar 0,436 atau 43,6% maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara X1 dan X2 terhadap Y sebesar 43,6%.

**Kata Kunci : Kualitas pelayanan, Harga, dan Loyalitas konsumen.**

## ABSTRACT

***Samia Putri Batubara, 71190312026, The Effect of Service Quality and Price on Consumer Loyalty in Shopee E-commerce (Case Study on Shopee Application User Consumers), Guided by: Dr.Hj. Safrida, S.E., M.Si as supervisor I and Hj. Sri Elny, S.E., M.M as supervisor II, Thesis 2023.***

*The purpose of the study was to determine the effect of service quality and price on consumer loyalty who use the shopee e-commerce application. The types of data used are primary and secondary data, where the secondary data can be found on the website or shopee application itself and from some consumer comments on the application on various internet networks. Likewise, the history of the company is taken from secondary data. The analytical technique used is quantitative analysis. The respondents in this study are consumers who have made online transactions on the Shopee application. This study used a sample of 86 respondents, with Non-Probability Sampling technique in the form of Accidental Sampling.*

*From the results of data processing using the help of SPSS software, the results showed that: Based on hypothesized data the quality of service (X-1) significantly affects consumer loyalty (Y), where X-1 obtained a calculated T value of 2.244 >1.663 and a significance value of 0.028 <0.05, it can be concluded that there is an influence of X-1 on Y. likewise with price (X-2) which has a significant effect on consumer loyalty (Y), with the known results X-2 obtaining a calculated T value of 3.787 >1.663 and a significance value of 0.000 <0.05 it can be concluded that there is an influence of X-2 on Y. It is also known that the calculated F value gets 32.082 > 3.105, it can be concluded that the variables X-1 and X-2 simultaneously affect the variable Y. Based on the data above, it is known that R square obtained a value of 0.436 or 43.6%, so it can be concluded that there is an influence between X1 and X2 on Y of 43.6%.*

***Keywords: Quality of service, Price, and customer loyalty.***