

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, E. N., & Student. (2015). Pengaruh Pengalaman, Kualitas Website, Dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Ulang Secara Online Di Situs Olx Indonesia. *4*(2), 1–15.
- Amelia, A. S. (2016). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Cafe Coffe Time Kopo Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *31*(1), 7–15.
- Analisis Nilai Pengalaman Berbelanja Online Melalui Experiential Marketing. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, *4*(2), 1–15
- Burhanuddin. (2018). *Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Berbelanja Online Terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat Pembelian Ulang Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*. 1–24.
- Burhanuddin. (2018). *Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Berbelanja Online Terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat Pembelian Ulang Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*. 1–24.
- Darmadi. (n.d.). Darmadi Durianto., 2017, 11–29.
- Hermawati. (2013). Bab Ii Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1689–1699.
- Hildaria, H. (2017). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Pengalaman Berbelanja, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Belanja Online Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*. 1–176.
- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2013). *Pengaruh Pengalaman Pelanggan..., Adnan Al Fajar, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMP, 2016*. 8–20.
- Kartika, D. S. J., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Niat beli Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel intervening (Studi Pada Pelanggan Jilbab Rabbani di Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, *6*(3), 248–258.
- Kartika, M., & Ganarsih, R. L. (2019). Analisis e-wom, online shopping experience dan trust terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen e-commerce shopee pada mahasiswa pascasarjana universitas riau. *Tepak Manajemen Bisnis*, *XI*(2), 289–307.
- Kualitas Produk, Kepuasan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1689–1699.
- Humarah, F. A. (2013). Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Online Market Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, *6*, 219.
- Kusuma, K., Utami, C. W., & Padmalia, M. (2018). Pemeditasian Kepuasan Konsumen pada Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Perusahaan Sinar Karya Pemenang. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, *3*(3), 1–7.
- Masitoh, M. R., & Hermansyah, A. W. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Kepercayaan Merek terhadap Niat Pembelian Ulang di Toko Online Tokopedia. *Manajemen*, *8*, 229–247. R
- Lestari, P. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Kepercayaan Konsumen Teh Botol Sosro.
- Muliasari, I. (2017). Pengaruh Harga dan Proses Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kafe Instamie (Survey Pada Konsumen Kafe Instamie Jl. Tamansari No 15 Bandung). *Universitas Pasundan Bandung*, 26–82.

Muliasari, I. (2017). Pengaruh Harga dan Proses Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kafe Instamie (Survey Pada Konsumen Kafe Instamie Jl. Tamansari No 15 Bandung). *Universitas Pasundan Bandung*, 26–82

*Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Pengalaman Berbelanja, Kepercayaan Konsumen, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa FKIP UNILA Di Situs Jual Beli Online Shopee*. 1–96.

*Pengaruh Pengalaman Pelanggan...*, Adnan Al Fajar, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMP, 2016. 8–20

Prathama, F., Sahetapy, L., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2019). *Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada*. 7(1).

Purnamasari, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online Di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*

Putri Danashieli1, Kardinal2, C. A. P. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Keamanan dan Kenyamanan Terhadap Niat Beli Ulang Di E-Commerce Universitas Esa Unggul 61 Tokopedia.Com (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE MDP Palembang). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 3, 1–15.

Rahayu, A., Wibowo, L. A., & Christianingrum, C. (2013).

Sari, M. R., & Lestari, R. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas produk terhadap kepuasan dan dampaknya pada minat pembelian Ulang konsumen keretaapi kelas eksekutir argo parahiangan. *Jurnal Ilmu Manajemen Oikonomia*, 13(2), 37–48.

Wibowo, G., Rahadhini, M. D., & Sunarso. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membentuk Niat Beli Ulang. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, (September 2018), 1–9. <https://doi.org/10.31227/osf.io/tc2fe>

Widodo, S., Haryani, C., & Haryono, A. T. (2016). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Ibu Rumah Tangga Pengguna Downy di RW XXII Perumm Puri Dinar Elok Meteseh Semarang). 02(02), 1–11.

## Lampiran 1

### Lampiran 1 Pertanyaan Pra survey Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee

Responden yang terhormat, perkenalkan nama saya Nurlita Dwi Iryanti dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, jurusan Manajemen Universitas Esa Unggul ingin melakukan pra survey untuk memenuhi tugas akhir (skripsi) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Pengalaman Berbelanja Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee”

Oleh karena itu, saya mengharapkan kesediaan responden untuk meluangkan waktu sejenak menjawab pertanyaan/kuisisioner ini, Terima kasih.

Nama : Jenis Kelamin :

Usia : Pekerjaan :

1. Apakah kualitas produk yang anda beli di Shopee sesuai dengan keinginan anda?

A. Ya

B. Tidak, Alasan :

.....  
.....

2. Apakah harga produk di Shopee lebih murah dibandingkan situs jual beli online lainnya?

A. Ya

B. Tidak, Alasan :

.....  
.....

3. Apakah transaksi di Shopee mudah dilakukan?

Ya

Tidak, Alasan :

.....  
.....

4. Apakah anda puas dengan pengalaman berbelanja di Shopee?

A. Ya

B. Tidak, Alasan :

.....  
.....

## Lampiran 2. Kuisioner Penelitian

Surat Permohonan Pengisian Kuisioner



Universitas Esa Unggul

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Responden yang terhormat, Saya Nurlita Dwi Iryanti mahasiswa Fakultas Ekonomi dari Universitas Esa Unggul yang sedang melakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pengalaman berbelanja Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee dalam rangka penulisan tugas akhir skripsi. Oleh karena itu, saya mohon kesediaan anda untuk meluangkan waktu guna mengisi kuisioner ini dengan tepat dan teliti. Data yang diperoleh akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

### Identitas Responden

#### A. Data Responden

Pilih salah satu jawaban pada setiap pernyataan berikut dengan memberikan tanda silang (X)

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : (    ) Laki-laki  
(    ) Perempuan
3. Usia : (    ) 17-26 Tahun  
(    ) 27-36 Tahun  
(    ) > 36 Tahun
4. Pendidikan Terakhir : (    ) SMP  
(    ) SMA

- ( ) S1  
( ) Lainnya

5. Tingkat Pendapatan : ( ) Rp. 1.500.000 – Rp. 3.500.000  
( ) Rp. 3.500.001 – Rp. 5.500.000  
( ) Rp. 5.500.001 – Rp. 7.500.000  
( ) > Rp.7.500.000
6. Berapa kali dalam sebulan anda membeli Produk di Shopee?  
( ) 1 Kali ( ) 2-3 Kali ( ) >3 Kali

Petunjuk Pengisian Kuesioner :

1. Isilah jawaban singkat dari pertanyaan dibawah ini (seluruh data ini dirahasiakan dan akan dipergunakan untuk kepentingan penyusunan skripsi)
2. Beri tanda ceklist (√) pada kolom jawaban yang tersedia.

Keterangan :

Keterangan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

**KUESIONER**

**Kualitas Produk (X1)**

No.	Pernyataan	Ss	S	Ks	Ts	Sts
1.	Shopee memiliki berbagai macam jenis produk.					
2.	Shopee memiliki fitur live					
3.	Shopee memberikan kualitas produk yang diharapkan.					
4.	Shopee memiliki situs yang mudah di akses.					
5.	Kualitas produk shopee sesuai dengan harganya.					
6.	Kualitas produk shopee yang memiliki daya tahan yang lama.					
7.	Produk yang didapat memuaskan konsumen.					
8.	Jika ada kerusakan penjual cepat memberi respon.					
9.	Pencarian produk di shopee lebih mudah.					
10	Shopee memiliki tampilan visual yang menarik.					

**Harga (X2)**

No.	Pernyataan	Ss	S	Ks	Ts	Sts
11	Harga produk shopee terjangkau oleh konsumen.					

12	Harga produk shopee yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk.					
13	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan.					
14	Shopee memberikan harga yang lebih baik dari dari pada yang lain.					

### Pengalaman Berbelanja (X3)

No.	Pernyataan	Ss	S	Ks	Ts	Sts
15	Respon penjual cepat membuat konsumen merasa senang.					
16	Adanya promo melalui iklan membuat konsumen ingin membeli.					
17	Adanya layanan <i>COD (Cash on Delivery)</i> dapat memudahkan konsumen ketika membeli barang yang diinginkan.					
18	Merasa percaya karena banyaknya review dari pembeli.					
19	Shopee dapat memberikan rasa aman kepada konsumen.					

### Kepuasan Konsumen (Y)

No.	Pernyataan	Ss	S	Ks	Ts	Sts
20	Aplikasi Shopee yang mudah terdapat di play store /app store membuat konsumen merasakan kemudahan.					
21	Shopee Memberikan rekomendasi kepada konsumen sesuai dengan apa yang dibutuhkan.					
22	Shopee Secara terbuka merespon saran dan kritik dari konsumen.					

23	Shopee Memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen.					
24	Penjual shopee selalu bersikap sopan terhadap konsumen.					

Terimakasih saya sampaikan sebesar-besarnya kepada responden yang telah meluangkan waktu untuk pengisian kuisioner ini.

Hormat Saya,

Nurlita Dwi Iryanti

### Lampiran 3

#### Tabulasi Data Karakteristik 120 Responden

Keterangan		Jumlah Responden	Total
<b>Jenis Kelamin</b>	Laki-Laki	52	120
	Perempuan	68	
<b>Usia</b>	17-26 Tahun	65	120
	27-36 Tahun	36	
	>36 Tahun	19	
<b>Pendidikan Terakhir</b>	SMP	0	120
	SMA	68	
	S1	52	
	Lainnya	0	
<b>Pendapatan/Gaji</b>	Rp. 1.500.000 – Rp. 3.500.000	7	120
	Rp. 3.500.001 – Rp. 5.500.000	57	
	Rp. 5.500.001 – Rp. 7.500.000	37	
	> Rp.7.500.000	19	
<b>Jumlah Pembelian</b>	1 kali	34	120
	2- 3 kali	46	
	>3 kali	40	

Sumber: Data primer diolah, 2020