

**PENGARUH MANFAAT YANG DIRASAKAN DAN  
KENIKMATAN YANG DIRASAKAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN *MARKETPLACE* SHOPEE  
DI JAKARTA**

**CHELSY MAHARANI SAFITRI**

**8135162094**



**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2020**

***THE EFFECT OF PERCEIVED USEFULNESS AND  
PERCEIVED ENJOYMENT ON CUSTOMER SATISFACTION  
SHOPEE MARKETPLACE IN JAKARTA***

**CHELSEY MAHARANI SAFITRI**

**8135162094**



*Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of  
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta*

**BUSINESS STUDIES EDUCATION PROGRAM**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2020**

## ABSTRAK

**Chelsy Maharani Safitri, 2020: Pengaruh Manfaat yang Dirasakan dan Kenikmatan yang Dirasakan terhadap Kepuasan Pelanggan *Marketplace* Shopee di Jakarta. Skripsi, Jakarta: Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing Dr. Corry Yohana, M.M., dan Rahmi, S.E., M.S.M.**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh manfaat yang dirasakan dan kenikmatan yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan *markerplace* Shopee. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei. Sampel dalam penelitian ini adalah orang-orang yang pernah belanja *online* di *Marketplace* Shopee minimal 3 kali dalam 6 bulan terakhir, dengan jumlah 200 responden. Pilot studi dilakukan dengan 50 responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS 24 dan AMOS 22. Penelitian ini menunjukkan manfaat yang dirasakan dan kenikmatan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, kenikmatan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap manfaat yang dirasakan.

*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Kata Kunci:** Manfaat yang Dirasakan, Kenikmatan yang Dirasakan dan Kepuasan Pelanggan

## ABSTRACT

**Chelsy Maharani Safitri, 2020: The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Enjoyment on Customer Satisfaction Shopee Marketplace in Jakarta. Thesis, Jakarta: Business Education, Faculty of Economics, Jakarta State University. Advisory Team: Dr. Corry Yohana, M.M., dan Rahmi, S.E., M.S.M.**






*The purpose of this study was to examine the effect of Perceived Usefulness and Perceived Enjoyment on Shopee Marketplace Customer Satisfaction. The sample selection technique used is purposive sampling. The data collection method used is a survey method. The sample in this study were people who had shopped online at Marketplace Shopee at least 3 times in the last 6 months, with a total of 200 respondents. The pilot study was conducted with 50 respondents. The analytical tool used in this study is SPSS 24 and AMOS 22. The result of this study indicate that Perceived Usefulness and Perceived Enjoyment have a positive effect on Customer Satisfaction, Perceived Enjoyment have a positive effect on Perceived Usefulness.*

**Keyword:** *Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment, Customer Satisfaction*

*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

# LEMBAR PENGESAHAN

## Lembar Pengesahan Skripsi

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si NIP. 196610302000121001 (Ketua)		20 Agustus 2020
2.	Terrylina Arvinta Monoarfa, SE, MM NIDN. 8854660018 (Sekretaris)		20 Agustus 2020
3.	Ryna Parlyna, MBA NIP. 197701112008122003 (Penguji Ahli)		21 Agustus 2020
4.	Dr. Corry Yohana, M.M NIP. 195909181985032011 (Pembimbing 1)		19 Agustus 2020
5.	Rahmi, S.E., M.S.M NIP. 198305012018032001 (Pembimbing 2)		20 Agustus 2020

Nama : Chelsy Maharani Safitri  
No. Registrasi : 8135162094  
Program Studi : Pendidikan Bisnis  
Tanggal Lulus : 19 Agustus 2020

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa

## LEMBAR ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana akademik, baik di Universitas Negeri Jakarta *maupun di Perguruan Tinggi lain.*
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 29 Juli 2020

Yang membuat pernyataan




**Chelsy Maharani Safitri**

NIM. 8135162094

Memartabatkan Bangsa



# LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Chelsy Maharani Safitri  
NIM : 8135162094  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi/Pendidikan Bisnis  
Alamat email : chelsymaharanisafitri@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Manfaat yang Dirasakan dan Kenikmatan yang Dirasakan terhadap Kepuasan  
Pelanggan Marketplace Shopee di Jakarta


Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 31 Agustus 2020

Penulis

  
(Chelsy Maharani S.)  
nama dan tanda tangan

mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Manfaat yang Dirasakan dan Kenikmatan yang Dirasakan terhadap Kepuasan Pelanggan *Marketplace* Shopee di Jakarta”.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, bantuan, saran dan kerjasama berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada segala pihak yang telah membantu. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Corry Yohana, M.M., selaku Dosen Pembimbing I
2. Rahmi, S.E., M.S.M, selaku Dosen Pembimbing II
3. Usep Suhud, M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing Akademik
4. Ryna Parlyna, MBA, selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis
5. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi khususnya dosen Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu-ilmu yang tidak ternilai harganya
7. Seluruh keluarga terutama orang tua yang memberi dukungan doa, moril, dan materil
8. Seluruh mahasiswa Pendidikan Bisnis 2016 yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan bantuan kepada peneliti



Peneliti sadar bahwa dalam penyusunan skripsi ini tak luput dari kekurangan. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini. Peneliti berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan sumbangan yang positif, baik untuk peneliti maupun pembaca.

Jakarta, Juli 2020



Peneliti

*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR ORISINALITAS .....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiiiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kebaruan Penelitian .....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	8
A. Latar Belakang Teori.....	8
1. Kepuasan Pelanggan ( <i>Costomer Satisfaction</i> ) .....	8
2. Manfaat yang Dirasakan ( <i>Perceived Usefulness</i> ).....	11
3. Kenikmatan yang Dirasakan ( <i>Perceived Enjoyment</i> ).....	13
B. Kerangka Teori dan Hipotesis.....	14
1. Manfaat yang Dirasakan dan Kepuasan Pelanggan.....	14
2. Kenikmatan yang Dirasakan dan Kepuasan Pelanggan .....	15
3. Kenikmatan yang Dirasakan dan Manfaat yang Dirasakan .....	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	18
1. Waktu Penelitian .....	18
2. Tempat Penelitian.....	18

B. Pendekatan Penelitian .....	18
C. Populasi dan Sampel .....	19
1. Populasi .....	19
2. Sampel .....	19
D. Penyusunan Instrumen .....	20
1. Kepuasan Pelanggan (Y) .....	20
2. Manfaat yang Dirasakan (X1) .....	20
3. Kenikmatan yang Dirasakan (X2) .....	21
E. Teknik Pengumpulan Data .....	21
F. Teknik Analisis Data .....	22
1. Analisis Deskriptif .....	22
2. Uji Validitas .....	23
3. Uji Reabilitas .....	24
4. Uji Hipotesis .....	24
5. <i>Pilot Study</i> .....	27
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
A. Deskriptif Data .....	36
B. Hasil Analisis Data .....	38
1. Analisis Deskriptif .....	38
2. <i>Exploratory Factor Analysis</i> .....	42
3. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	48
4. <i>Fit Model</i> .....	49
5. Pengujian Hipotesis .....	50
C. Pembahasan .....	52
1. Manfaat yang Dirasakan dengan Kepuasan Pelanggan .....	52
2. Kenikmatan yang Dirasakan dengan Kepuasan Pelanggan .....	53
3. Kenikmatan yang Dirasakan dengan Manfaat yang Dirasakan .....	53
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>55</b>
A. Kesimpulan .....	55
B. Implikasi .....	56
C. Keterbatasan Penelitian .....	57
D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya .....	58

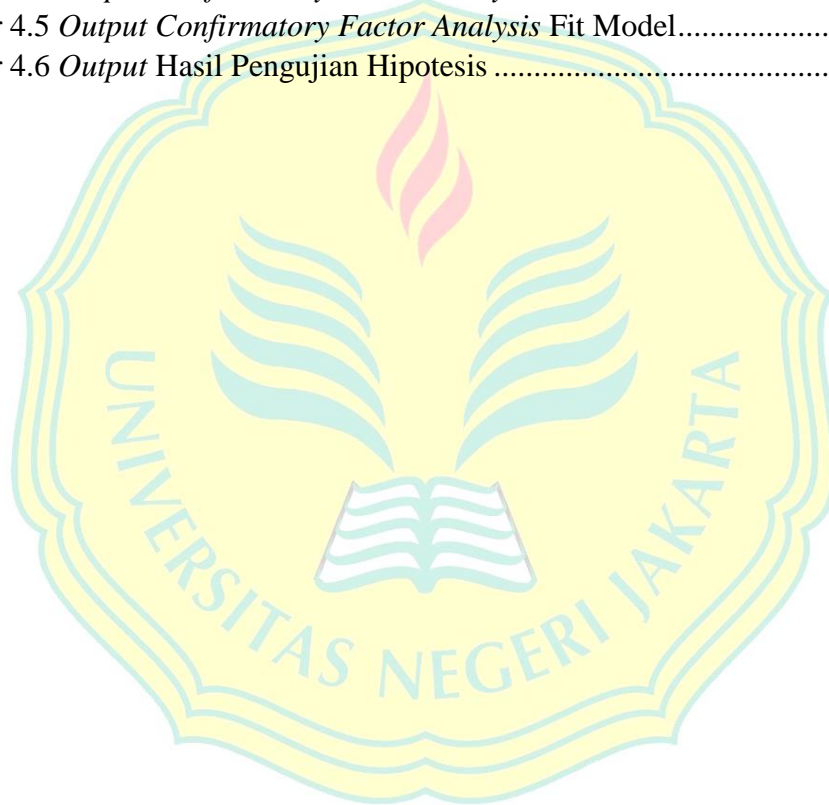
DAFTAR PUSTAKA .....	60
LAMPIRAN .....	64
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	103



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Internet di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Survei Pengaruh Masalah Saat Berbelanja di <i>Marketplace</i> Shopee ...	5
Gambar 2.3 Model Penelitian .....	16
Gambar 4.4 <i>Output Confirmatory Factor Analysis</i> Model Awal .....	48
Gambar 4.5 <i>Output Confirmatory Factor Analysis</i> Fit Model.....	49
Gambar 4.6 <i>Output</i> Hasil Pengujian Hipotesis .....	51



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Survei Masalah dalam Berbelanja di <i>Marketplace</i> Shopee .....	4
Tabel 1.2 Hasil Survei Masalah dalam Berbelanja di <i>Marketplace</i> Shopee .....	5
Tabel 2.3 Kerangka Teoritik .....	16
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan .....	20
Tabel 3.5 Kisi-kisi Instrumen Manfaat yang Dirasakan .....	20
Tabel 3.6 Kisi-kisi Instrumen Kenikmatan yang Dirasakan .....	21
Tabel 3.7 Skala Pengukuran <i>Likert</i> Genap .....	22
Tabel 3.8 Nilai <i>Loading Significant</i> EFA Berdasarkan Jumlah Sampel .....	23
Tabel 3.9 <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	27
Tabel 3.10 Jenis Kelamin Responden .....	28
Tabel 3.11 Usia Responden .....	28
Tabel 3.12 Status Pekerjaan Responden .....	28
Tabel 3.13 Tempat Tinggal Responden .....	29
Tabel 3.14 Pendidikan Terakhir Responden .....	29
Tabel 3.15 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Kepuasan Pelanggan .....	29
Tabel 3.16 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Kepuasan Pelanggan .....	30
Tabel 3.17 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Kepuasan Pelanggan .....	31
Tabel 3.18 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan .....	31
Tabel 3.19 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan .....	32
Tabel 3.20 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan .....	33
Tabel 3.21 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Kenikmatan yang Dirasakan .....	33
Tabel 3.22 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Kenikmatan yang Dirasakan .....	34
Tabel 3.23 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Kenikmatan yang Dirasakan .....	35
Tabel 4.24 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
Tabel 4.25 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	36
Tabel 4.26 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	37
Tabel 4.27 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal .....	37
Tabel 4.28 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	38
Tabel 4.29 Statiska Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan .....	39
Tabel 4.30 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan .....	39
Tabel 4.31 Statiska Deskriptif Variabel Manfaat yang Dirasakan .....	40
Tabel 4.32 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Manfaat yang Dirasakan .....	40
Tabel 4.33 Statiska Deskriptif Variabel Kenikmatan yang Dirasakan .....	41

Tabel 4.34 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kenikmatan yang Dirasakan.....	42
Tabel 4.35 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Kepuasan Pelanggan.....	42
Tabel 4.36 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Kepuasan Pelanggan .....	43
Tabel 4.37 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Kepuasan Pelanggan .....	43
Tabel 4.38 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan .....	44
Tabel 4.39 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan.....	44
Tabel 4.40 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan.....	45
Tabel 4.41 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Kenikmatan yang Dirasakan.....	46
Tabel 4.42 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Kenikmatan yang Dirasakan .....	46
Tabel 4.43 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Kenikmatan yang Dirasakan.....	47
Tabel 4.44 Hasil Pengujian GOF Model Awal .....	48
Tabel 4.45 Hasil Pengujian GOF Model Fit .....	50
Tabel 4.46 <i>Regression Weights: (Group number 1 – Default model)</i> .....	51
Tabel 4.47 <i>Standardized Regression Weights: (Group number 1 – Default model)</i> .....	51


  
*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penelitian.....	64
Lampiran 2 Kartu Konsultasi.....	65
Lampiran 3 Lembar Saran dan Perbaikan.....	66
Lampiran 4 Survei Awal.....	67
Lampiran 5 Kuesioner <i>Pilot Studi</i> dan Penelitian (Final).....	69
Lampiran 6 Lampiran Jawaban Para Responden <i>Pilot Studi</i> .....	72
Lampiran 7 Hasil <i>Exploratory Factor Analysis</i> (EFA) <i>Pilot Studi</i> .....	73
Lampiran 8 Uji Realibilitas <i>Pilot Studi</i> .....	76
Lampiran 9 Data Responden <i>Pilot Studi</i> .....	78
Lampiran 10 Jawaban Responden Kuesioner Final.....	80
Lampiran 11 Hasil Explaratory Factor Analysis (EFA) Penelitian (Final).....	84
Lampiran 12 Hasil Reabilitas Penelitian (Final).....	87
Lampiran 13 Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Model Awal.....	89
Lampiran 14 Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Model Fit.....	91
Lampiran 15 Hasil Pengujian Hipotesis.....	92
Lampiran 16 Data Responden Final.....	94
Lampiran 17 Surat Keterangan Hasil Pindai Uji Kemiripan Naskah.....	102

Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa