

**PENGARUH *VOUCHER* DAN *USER EXPERIENCE* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN SHOPEE FOOD (Studi Kasus Pada Generasi Z
di Jakarta)**

TUGAS AKHIR



ANNISYA RIZKI DHARMASAFITRI

1171001095

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2021**

**PENGARUH *VOUCHER* DAN *USER EXPERIENCE* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN SHOPEE FOOD (Studi Kasus Pada Generasi Z
di Jakarta)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial**



ANNISYA RIZKI DHARMASAFITRI

1171001095


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2021**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
Dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
Telah saya nyatakam dengan benar.**

Nama : Annisya Rizki Dharmasafitri

NIM : 1171001095

Tanda Tangan : 

Tanggal : 19 Agustus 2021

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Annisya Rizki Dharmasafitri
NIM : 1171001095
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh *Voucher* Dan *User Experience* Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Food (Studi Kasus Pada Generasi Z di Jakarta)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

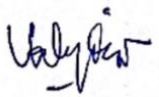
Pembimbing : Dominica Arni Widyastuti, SE., MM.

()

Penguji I : Ir. Gunardi Endro, MBA, M.Hum. M.Soc.,.Sci, Ph.D.

()

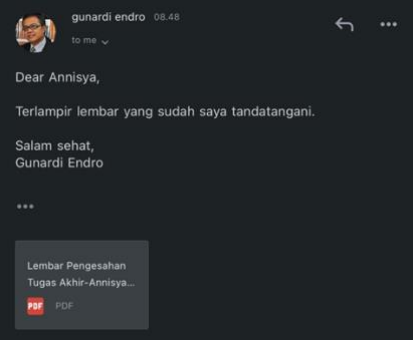
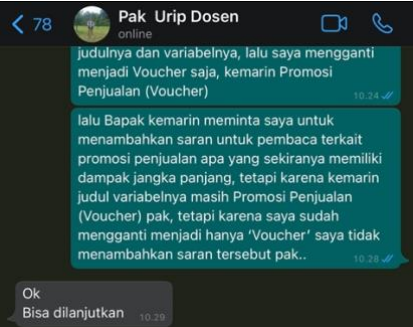
Penguji II : Urip Sedyowidodo, Ir.,M.M.,IPM., Dr

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 19 Agustus 2021

HALAMAN PENGESAHAN MELALUI DARING

<p>NAMA MAHASISWA / NIM</p>	<p>Annisya Rizki Dharmasafitri / 1171001095</p>
<p>JUDUL SKRIPSI</p>	<p>Pengaruh <i>Voucher</i> dan <i>User Experience</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Food (Studi Kasus Pada Generasi Z di Jakarta)</p>
<p>DISETUJUI TANGGAL</p>	<p>19 Agustus 2021</p>
<p>PEMBIMBING</p>	 <p>The screenshot shows a WhatsApp conversation with 'Ibu domi'. The messages are as follows: Monday (Green bubble): Selamat pagi Ibu Domi, mohon maaf mengganggu waktunya bu, aku sudah mengirimkan hasil revisi tugas akhir melalui email dan apakah menurut Ibu sudah benar atau belum bu, terimakasih bu.. 07.45 ✓ (Grey bubble): Oke Nis 07.59 (Green bubble): apakah aku sudah bisa mengirimkan revisi ke Pak Gun dan Pak Urip bu? 08.00 ✓ (Grey bubble): Iya oke 08.01 (Green bubble): baik Ibu terimakasih.. 08.21 ✓</p>
<p>PEMBAHAS</p>	 <p>The screenshot shows an email from 'gunardi endro' to 'me'. The content is: Dear Annisya, Terlampir lembar yang sudah saya tandatangi. Salam sehat, Gunardi Endro *** Lembar Pengesahan Tugas Akhir-Annisya... PDF</p>
<p>PENGUJI</p>	 <p>The screenshot shows a WhatsApp conversation with 'Pak Urip Dosen'. The messages are as follows: (Green bubble): judulnya dan variabelnya, lalu saya mengganti menjadi Voucher saja, kemarin Promosi Penjualan (Voucher) 10.24 ✓ (Green bubble): lalu Bapak kemarin meminta saya untuk menambahkan saran untuk pembaca terkait promosi penjualan apa yang sekiranya memiliki dampak jangka panjang, tetapi karena kemarin judul variabelnya masih Promosi Penjualan (Voucher) pak, tetapi karena saya sudah mengganti menjadi hanya 'Voucher' saya tidak menambahkan saran tersebut pak.. 10.29 ✓ (Grey bubble): Ok Bisa dilanjutkan 10.29</p>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dan Puji syukur atas ke hadirat Allah SWT karena atas berkat rahmat dan karunia-nya penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Voucher* dan *User Experience* Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Food (Studi Kasus Pada Generasi Z di Jakarta)”

Penulisan Tugas Akhir ini dilaksanakan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak, sejak awal perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini. Pada kesempatan ini, dengan penuh kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu peneliti selama pelaksanaan Tugas Akhir, di antaranya:

1. Allah SWT dan Kedua Orang Tua penulis yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan baik dari materi maupun moral, doa serta motivasi kepada penulis dan juga senantiasa mendoakan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Bapak M. Taufik Amir, SE., MM., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bakrie.
3. Ibu Dominica Arni Widyastuti, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam memberikan ilmu, arahan, saran, dan bimbingan yang sangat bermanfaat selama penyusunan dan penyempurnaan Tugas Akhir ini.
4. Para Dosen Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu selama penulis berkuliah di Universitas Bakrie.
5. Teman dekat penulis, Dhika, Sarah, Ainun, Raisa, Manda, Vita, Gesa, Rere, Dhea, Salsa, Tisya, Ria dan semua teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan kepada penulis serta memberikan saran yang terbaik.
6. Keluarga besar penulis, yang senantiasa selalu memberikan doa dan semangat kepada penulis dalam sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Teman-teman semasa perkuliahan di Universitas Bakrie yang tidak bisa penulis sebut satu-persatu yang mewarnai hidup penulis selama masa perkuliahan.

8. Semua pihak terkait yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Namun, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi penelitian berikutnya. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 19 Agustus 2021



Annisya Rizki Dharmasafitri

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Annisya Rizki Dharmasafitri

NIM : 1171001095

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH *VOUCHER* DAN *USER EXPERIENCE* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN SHOPEE FOOD (STUDI KASUS PADA GENERASI Z DI
JAKARTA)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan has bebas royalty Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pemcipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Agustus 2021

Yang Menyatakan



Annisya Rizki Dharmasafitri

PENGARUH VOUCHER DAN USER EXPERIENCE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SHOPEE FOOD (STUDI KASUS PADA GENERASI Z DI JAKARTA)

Annisya Rizki Dharmasafitri¹

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *voucher*, dan *user experience* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Shopee Food secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yaitu *voucher* (X1) dan *user experience* (X2). Sedangkan untuk variabel terikatnya yaitu loyalitas pelanggan (Y) yang menggunakan empat dimensi, yaitu *make regular repeat purchase*, *purchase across product and service lines*, *refers other* dan *demonstrates immunity to the pull of the competition*. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yang disebar kepada 145 responden dengan menggunakan kuesioner dengan teknik *simple random sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *voucher* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Shopee Food, sedangkan variabel *user experience* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan Shopee Food. Dan hasil penelitian ini membuktikan bahwa *voucher* dan *user experience* secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Shopee Food.

Kata kunci: *Voucher*, *User Experience*, Loyalitas Pelanggan

¹ Mahasiswi Universitas Bakrie, Program Studi Manajemen

***THE EFFECT OF VOUCHER AND USER EXPERIENCE ON
CUSTOMER LOYALTY ON SHOPEE FOOD (CASE STUDY ON Z
GENERATION IN JAKARTA)***

Annisa Rizki Dharmasafitri²

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine whether vouchers, and user experience have a significant influence on customer loyalty to Shopee Food consumers partially or simultaneously. This study uses two independent variables, voucher (X1) and user experience (X2). As for the dependent variable, namely customer loyalty (Y) which uses four dimensions, namely make regular repeat purchases, purchase across product and service lines, refers other and demonstrates immunity to the pull of the competition. This research method uses a quantitative method with a descriptive approach which is distributed to 145 respondents using a questionnaire with a simple random sampling technique. The results of this study indicate that the voucher does not have a significant effect on Shopee Food customer loyalty, while the user experience variable has a significant influence on Shopee Food customer loyalty. And the results of this study prove that voucher and user experience together have a significant influence on Shopee Food customer loyalty.

Keywords: Voucher, User Experience, Customer Loyalty

² Mahasiswi Universitas Bakrie, Program Studi Manajemen

DAFTAR ISI

<i>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</i>	<i>iii</i>
<i>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR</i>	<i>iv</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>vi</i>
<i>ABSTRAK</i>	<i>ix</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>xi</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>xiv</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>xv</i>
<i>BAB I</i>	<i>1</i>
<i>PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Problem Statement	6
1.1. Rumusan Masalah	7
1.2. Tujuan Penelitian	7
1.3. Manfaat Penelitian	7
1.4. Ruang Lingkup Penelitian	8
<i>BAB II</i>	<i>9</i>
<i>TINJAUAN PUSTAKA</i>	<i>9</i>
2.1. Loyalitas Pelanggan	9
2.1.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	9
2.1.2. Tahapan Loyalitas Pelanggan	9
2.1.3. Dimensi Loyalitas Pelanggan	11
2.2. Generasi Z	11
2.3. Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.4. Bauran Pemasaran	13
2.5. Bauran Promosi	14
2.6. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	16
2.7. <i>Voucher</i> (Kupon)	18
2.7.1. Dimensi dan Indikator <i>Voucher</i>	18
2.8. <i>User Experience</i> (UX)	19
2.8.1. Pengertian <i>User Experience</i>	19
2.8.2. Dimensi <i>User Experience</i>	20
2.9. Penelitian Terdahulu	21
2.10. Kerangka Pemikiran	22

2.11. Hipotesis Penelitian	23
BAB III	24
METODE PENELITIAN	24
3.1. Metode Penelitian	24
3.2. Populasi dan Sampel	24
3.2.1. Populasi.....	24
3.2.2. Sampel.....	25
3.2.3. Teknik Pengambilan Sample	26
3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	26
3.3.1. Sumber Data.....	26
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4. Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	28
3.4.1. Operasional Variabel	28
3.5. Teknik Analisis Data	29
3.5.1. Uji Instrumen	29
3.5.2. Uji Asumsi Klasik.....	31
3.5.3. Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.5.4. Uji Hipotesis	33
BAB IV	35
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil Penelitian	35
4.1.1. <i>Pre-Test</i> Kuesioner	35
4.1.2. Uji Validitas	35
4.1.3. Uji Reliabilitas	36
4.2. Statistik Deskriptif Karakteristik Responden	37
4.2.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	39
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	40
4.3. Statistik Deskriptif Variabel	40
4.3.1. Analisis Deskriptif Dimensi <i>Voucher</i> (X1).....	41
4.3.2. Analisis Deskriptif Dimensi <i>User Experience</i> (X2)	42
4.3.3. Analisis Deskriptif Dimensi Loyalitas Pelanggan (Y).....	43
4.4. Uji Asumsi Klasik	44
4.4.1. Uji Normalitas.....	44
4.4.2. Uji Multikolinearitas	45
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.5. Analisis Regresi Linear Berganda	47
4.6. Uji Hipotesis	48
4.6.1. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)	48
4.6.2. Uji F (Uji Simultan)	50
4.6.3. Koefisien Determinasi	50

4.7. Pembahasan.....	51
<i>BAB V</i>	54
<i>KESIMPULAN DAN SARAN</i>	54
5.1. Kesimpulan.....	54
5.2. Saran	55
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>	57
<i>LAMPIRAN</i>	63
Lampiran 1	63
Lampiran 2	66
Lampiran 3	67
Lampiran 4	67
Lampiran 5	68
Lampiran 6	70
Lampiran 7	70

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Pre-Test Kuesioner Variabel X	35
Tabel 4. 2 Pre-Test Kuesioner Variabel Y	36
Tabel 4. 3 Pre-Test Kuesioner Uji Reliabilitas	36
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin	37
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Usia	38
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Pekerjaan	39
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Pengeluaran	39
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Penggunaan Shopee Food	40
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel Voucher	41
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Dimensi User Experience (X2)	42
Tabel 4. 11 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	43
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	44
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4. 14 Analisis Regresi Linear Berganda	47
Tabel 4. 15 Hasil Uji t	49
Tabel 4. 16 Hasil Uji F (Uji Simultan)	50
Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia	1
Gambar 1. 2	Hasil Survei KIC Pada Generasi Z	3
Gambar 1. 3	Voucher Diskon dan Gratis Ongkir Pada Aplikasi Shopee Food	5
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4. 1	Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual	45
Gambar 4. 2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	47