

PENGARUH E-SERVICE QUALITY, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PELANGGAN SHOPEE MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA)

Ibtidaul Ainia Rosyid, Drs. Teguh Purwanto M.M, Tri Ari P, S.E., M.Si.  
Universitas PGRI Adi Buana

Surabaya<sup>1(2)3)</sup> Email

## ABSTRAK

Peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh dari *E-service quality*, persepsi harga dan promosi terhadap variabel terikat (loyalitaas pelanggan) pada pelanggan Shopee Mahasiswa manajemen dan akuntasni Unipa Menanggal Surabaya. Peneliti memanfaatkan data kuantitatif dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Populasi yang akan diteliti adalah pelanggan pelanggan Shopee Mahasiswa manajemen dan akuntansi Unipa Menanggal Surabaya. Dengan pengambilan sampel 120 orang. Analisa yang dipakai dalam penelitian ini yaitu Analisis Regresi Linear Berganda selanjutnya menggunakan uji t dan uji F. Hasil dari penelitian ini menunjukkan jika terdapat pengaruh signifikansi dari variable bebas terhadap variabel terikat pada pelanggan Shopee Mahasiswa manajemen dan akuntansi Unipa Menanggal Surabaya. Berdasarkan hasil dari ketiga variable bebas yang ada, variabel *E-Service quality* memiliki nilai signifikan , Persepsi Harga mempunyai besaran angka yang signifikan, dan Promosi juga mempunyai besaran angka yang signifikan. Sedangkan melihat angka berdasarkan hasil uji F bahwa nilai F hitung paa variabel *E-service quality*, persepsi harga dan promosi secara serentak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Shopee Mahasiswa manajemen dan akuntansi Unipa Menanggal Surabaya.

**Kata Kunci:** *E-Service Quality, Persepsi Harga, Promosi, Loyalitas Pelanggan.*

## **ABSTRACT**

*Researchers conducted a study to determine the effect of E-service quality, price perception and promotion on the dependent variable (customer loyalty) to Shopee customers. Management and accounting students of Unipa Menanggal Surabaya. Researchers used quantitative data with questionnaires as a data collection tool. The population to be studied is Shopee's customers. Management and accounting students of Unipa Menanggal Surabaya. By taking a sample of 120 people. The analysis used in this study is Multiple Linear Regression Analysis then using the t test and F test. The results of this study indicate that there is a significant effect of the independent variable on the dependent variable on Shopee customers. Management and accounting students of Unipa Menggal Surabaya. Based on the results of the t-test of the three independent variables, the E-Service quality variable has a value of significant, Price Perception has a value of significant, and Promotion also has a value of significant. While looking at the numbers based on the results of the F test that the calculated F value the variables of E-service quality, price perception and promotion simultaneously affect Shopee customer loyalty Management and accounting students of Unipa Menanggal Surabaya.*

**Keywords:** *E-Service Quality, Price Perception, Promotion, Customer Loyalty*