

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
MAHASISWA MATEMATIKA FMIPA UNP SAAT BELANJA
ONLINE DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS FAKTOR**

SKRIPSI



Oleh:

HAZARIN MORELA YUNITA

NIM. 19030105

**DEPARTEMEN MATEMATIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
MAHASISWA MATEMATIKA FMIPA UNP SAAT BELANJA
ONLINE DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS FAKTOR**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains



Oleh:

HAZARIN MORELA YUNITA

NIM. 19030105

**DEPARTEMEN MATEMATIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

PERSETUJUAN SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
MAHASISWA MATEMATIKA FIPA UNP SAAT BELANJA
ONLINE DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS FAKTOR**

Nama : Hazarin Morela Yunita
NIM : 19030105
Program Studi : Matematika
Departemen : Matematika
Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

Padang, 26 Juli 2023

Disetujui oleh,

Pembimbing



Drs. Yusmet Rizal, M.Si.

NIP.19680121 199303 1011

PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

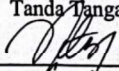


Nama : Hazarin Morela Yunita
NIM : 19030105
Program Studi : Matematika
Departemen : Matematika
Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
MAHASISWA MATEMATIKA FIPA UNP SAAT BELANJA
ONLINE DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS FAKTOR**

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Departemen Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Universitas Negeri Padang

Padang, 26 Juli 2023

Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	: Drs. Yusmet Rizal, M.Si.	
Anggota	: Dra. Helma, M.Si.	
Anggota	: Muhammad Subhan, M.Si.	

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hazarin Morela Yunita
NIM : 19030105
Program Studi : Matematika
Departemen : Matematika
Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya dengan judul "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa Matematika Fipa Unp Saat Belanja Online Dengan Menggunakan Analisis Faktor**" adalah benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam tradisi keilmuan. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di institusi UNP maupun di masyarakat dan negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Padang, 19 September 2023

Diketahui oleh,
Ketua Departemen Matematika,



Dr. Suherman, S.Pd., M.Si.
NIP. 19680830 199903 1002

Saya yang menyatakan,



Hazarin Morela Yunita
NIM. 19030105

Factors Affecting FMIPA UNP Mathematics Student Satisfaction When Shopping *Online* Using Factor Analysis

Hazarin Morela Yunita

ABSTRACT

Student purchasing activities are generally more directed at fulfilling psychological needs, that is, shopping activities are fun activities to achieve personal satisfaction. Customer satisfaction is the result of a comparison between expectations and reality that customers receive after consuming goods or services. If online store customers feel satisfied when shopping at the online store, consumer trust and loyalty will arise to return to buying at the online store. So the level of satisfaction is a function of the difference between perceived performance and expectations.

This type of research is applied research. The data used is primary data. The population in this study were 354 students of the Mathematics study program class 2019-2022. The sample in this study was 80 respondents obtained using the Cluster Random Sampling method. The variables in this study are (X_1) product quality, (X_2) price, (X_3) service quality, (X_4) emotional factor, (X_5) cost and convenience. The analysis used is factor analysis.

The results of this study indicate that the factors that influence online shopping satisfaction consist of two factors, namely, the first satisfaction factor consists of product quality, service quality and emotional factors. The second satisfaction factor consists of price and cost and convenience variables.

Keywords: Satisfaction, Online Shopping, Factor Analysis

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa Matematika FMIPA UNP Saat Belanja *Online* Dengan Menggunakan Analisis Faktor

Hazarin Morela Yunita

ABSTRAK

Kegiatan pembelian mahasiswa umumnya lebih mengarah pada pemenuhan kebutuhan psikologis, artinya, kegiatan berbelanja menjadi aktivitas yang menyenangkan untuk mencapai kepuasan personal. Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari perbandingan antara harapan dan kenyataan yang diterima pelanggan setelah mengkonsumsi barang atau jasa. Apabila pelanggan *online store* merasa puas saat berbelanja di *online store* tersebut maka akan timbul kepercayaan dan loyalitas konsumen untuk kembali membeli di *online store* tersebut. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*).

Jenis penelitian ini adalah penelitian terapan. Data yang digunakan adalah data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi Matematika angkatan 2019-2022 berjumlah 354. Sampel pada penelitian ini berjumlah 80 responden didapat menggunakan metode *Cluster Random Sampling*. Variabel dalam penelitian ini (X_1) kualitas produk, (X_2) harga, (X_3) kualitas pelayanan, (X_4) faktor emosional, (X_5) biaya dan kemudahan. Analisis yang digunakan yaitu analisis faktor.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan belanja *online* terdiri dari dua faktor yaitu, Faktor kepuasan pertama terdiri dari kualitas produk, kualitas pelayanan dan faktor emosional. Faktor kepuasan kedua terdiri dari variabel harga dan biaya dan kemudahan.

Kata Kunci: Kepuasan, Belanja *Online*, Analisis Faktor

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "*Faktor Yang Mempengaruhi Yang Mempengaruhi Kepuasan Belanja Online Dengan Menggunakan Analisis Faktor*". Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW.

Penulisan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains (S.Si) pada Program Studi Matematika Jurusan Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA) Universitas Negeri Padang (UNP). Dalam penulisan skripsi ini peneliti banyak mendapat bantuan, bimbingan, arahan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Defri Ahmad S.Si, M.Si, Koordinator Program Studi Matematika serta Kepala Departemen Matematika FMIPA UNP.
2. Bapak Drs. Yusmet Rizal M.Si, Sebagai Dosen Pembimbing.
3. Ibu Dra. Helma, M.Si, dan Bapak Muhammad Subhan S.Si., M.Si, sebagai Dosen Pembahas yang telah memberikan masukan kepada penulis.

Semoga bantuan dan bimbingan yang diberikan kepada peneliti dapat menjadi amal ibadah disisi Allah SWT. Namun, peneliti menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan. Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Padang, 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Pertanyaan Penelitian	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. E-Commerce	7
B. Pelaku Konsumen.....	9
C. Kepuasan Konsumen	11
D. Matriks.....	20
E. Analisis Faktor.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Jenis dan Sumber Data.....	32
C. Populasi dan Sampel.....	32
D. Variabel Penelitian	34
E. Instrumen Penelitian.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43

A. Deskripsi Data.....	43
B. Analisis Data.....	47
C. Pembahasan.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Populasi Mahasiswa Matematika NK	35
2. Jumlah Sampel Mahasiswa Matematika NK Angkatan 2019-2022	36
3. Struktur Data.....	37
4. Kisi-Kisi Kuesioner.....	37
5. Skor Skala Likert	39
6. Hasil Uji Reliabilitas	42
9. Hasil Nilai MSA	49
10. Nilai Communalitirs.....	50
11. Nilai Eigen dan Persentase Keragaman Faktor.....	51
12. Nilai Bobot Faktor	52
13. Hasil Rotasi Bobot Faktor	53
14. Besar Keragaman (%) Variabel yang Diterangkan Masing-Masing Faktor	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Hasil Uji KMO dan Bartlett's Test.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Lembaran Validator	64
2. Kuesioner	71
3. Tabulasi Awal Untuk Setiap Persyaratan Kuesioner	73
4. Matriks Data	74
6. Matriks Peragam	86
7. Matriks Korelasi.....	87
8. Measure of Sampling Adequency (MSA)	86
9. Nilai Eigen.....	87
10. Rotasi bobot Faktor.....	90
11. Besar Keragaman Variabel dengan Cara Manual.....	91

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi dan komunikasi mulai memasuki kehidupan manusia di berbagai belahan dunia. Inilah yang disebut dengan era industri 4.0 atau era internet. Pengguna teknologi dan internet telah mengubah banyak bidang kehidupan manusia, termasuk ekonomi, dunia kerja, bahkan gaya hidup manusia itu sendiri. Pengguna internet tidak hanya digunakan untuk mencari informasi, komunikasi global, dan publikasi, tetapi juga digunakan sebagai sarana transaksi ekonomi yang lebih dikenal dengan *e-commerce*.

Menurut Alam (2005) manfaat *e-commerce* bagi perusahaan atau organisasi adalah dapat menjangkau wilayah pemasaran yang luas tanpa harus mengeluarkan banyak biaya pemasangan iklan. Manfaat lainnya ada pada konsumen, yang mana konsumen dapat memilih barang atau jasa yang diinginkan selama 24 jam tanpa batas waktu bagi konsumen yang berada cukup jauh dari lokasi, tidak perlu datang langsung untuk membeli barang karena dengan ini akan lebih menghemat waktu. Banyak aplikasi *online* di Indonesia yang menerapkan konsep *online shopping* diantaranya seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada yang merupakan perusahaan *marketplace leader* di Indonesia.

Berdasarkan data dari *Survei Belanja Online 2022* oleh Data Indonesia, Shopee menjadi platform belanja *online* yang paling sering digunakan dengan responden 48%, setelahnya ada Tokopedia 35,6%, dan Lazada 8,8. Dalam laporan lembaga survei Populix, untuk platform *social media commerce* yang paling sering

digunakan masyarakat Indonesia adalah Tiktok Shop sebanyak 45%. Selain itu platform dari keluarga besar Meta yakni, WhatsApp (21%), Facebook Shop (10%), dan Instagram Shop (10%).

Munculnya berbagai jenis *e-commerce* yang menjual produk seperti fashion, elektronik, gadget, produk kecantikan, makanan, dan lain-lain dapat mendorong masyarakat untuk berbelanja secara *online*. Tak terkecuali di kalangan Mahasiswa. Dalam momentum ini mahasiswa tak hanya membeli produk karena kebutuhan saja, banyaknya toko *online* yang menampilkan iklan-iklan yang menarik dan menawarkan berbagai *discount* yang menimbulkan keinginan dalam diri mahasiswa untuk melakukan pembelian *online*. Berbagai biaya dan kemudahan yang ditawarkan toko *online* memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi konsumen yang telah melakukan pembelian, hal tersebut dapat mendorong konsumen untuk melakukan *repeat buying*. Kegiatan pembelian mahasiswa umumnya lebih mengarah pada pemenuhan kebutuhan psikologis. Artinya, kegiatan berbelanja menjadi aktivitas yang menyenangkan untuk mencapai kepuasan personal. Seperti halnya rasa ingin tahu terhadap suatu produk pakaian atau produk kecantikan dan produk yang pada saat itu sedang menjadi trend di kalangan mahasiswa.

Selain perubahan pola belanja masyarakat, adanya perubahan budaya belanja konvensional ke budaya belanja *online* menyebabkan adanya perubahan gaya hidup konsumen khususnya mahasiswa. Pada awalnya seseorang berbelanja untuk memenuhi kebutuhan primer saja, kini konsumen berbelanja karena ingin mencoba sesuatu yang baru. Namun, ada beberapa masalah yang menjadi kendala bagi kepuasan konsumen saat berbelanja *online*, situasi ketidakpuasan yang terjadi

manakala ketika konsumen telah menggunakan produk yang dibeli dan merasakan bahwa kinerja produk ternyata tidak memenuhi harapan dan ketidakpuasan ini bisa menimbulkan sikap negatif terhadap merek atau penyedia jasa layanan *online* tersebut

Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari perbandingan antara harapan dan kenyataan yang diterima pelanggan setelah mengkonsumsi barang atau jasa. Apabila pelanggan *online store* merasa puas saat berbelanja di *online store* tersebut maka akan timbul kepercayaan dan loyalitas konsumen untuk kembali membeli di *online store* tersebut. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*).

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku kepuasan pembelian *online* berdasarkan faktor kepuasan adalah faktor kualitas produk, faktor harga, faktor kualitas pelayanan, faktor emosional, dan faktor biaya dan kemudahan. Menurut Kotler dan Keller (2016:145), kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat. Konsumen mengharapkan produk yang dibeli memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan harapan agar dapat memuaskan mereka. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil, dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen.

Dalam menampilkan produk terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah sesuai dengan perkembangan trend. Harga

sangat mempengaruhi dalam kepuasan konsumen. Konsumen mengharapkan harga dalam toko *online* lebih rendah dari pada toko *offline* (tradisional) sehingga konsumen mencari tahu perbandingan harga produk *offline* dan produk *online*. Konsumen menginginkan harga produk yang sesuai dengan kualitas dari produk yang bersangkutan. Hal tersebut akan mempengaruhi konsumen sebelum memutuskan pembelian dan akan memilih produk yang sesuai dengan kemampuan membelinya (Kotler dan Keller. 2016:147).

Menurut Fandy Tjiptono (2016:295), kualitas pelayanan adalah jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Sedangkan faktor Emosional yang mempengaruhi kepuasan adalah perasaan bangga dan keyakinan bahwa orang lain akan kagum pada merek produk yang digunakan oleh konsumen. Dan untuk kategori faktor biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk, cenderung puas terhadap produk.

Sehingga penelitian ini bertujuan menganalisis permasalahan untuk melihat pengaruh faktor-faktor tersebut secara keseluruhan. Salah satu ilmu statistika yang dapat mengatasi permasalahan ini adalah analisis faktor. Analisis faktor adalah metode statistika multivariate yang mencoba menerangkan hubungan antar sejumlah faktor yang saling ketergantungan antara satu dengan yang lain, sehingga bisa

dibuat satu atau lebih kumpulan faktor yang lebih sedikit dari jumlah faktor awal tetapi bisa menyerap sebagian besar informasi yang terkandung dalam variabel asli.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka dilakukan penelitian dengan judul **“Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa Matematika FMIPA UNP Saat Berbelanja *Online*”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa Matematika FMIPA UNP saat berbelanja *online*”.

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian yang akan dijawab pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk model analisis faktor yang menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan berbelanja *online* pada mahasiswa matematika UNP?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa jurusan Matematika FMIPA UNP saat berbelanja *online*?

D. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bentuk model faktor Analisis Faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa Matematika FMIPA UNP saat berbelanja *online*.

2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa Matematika FMIPA UNP saat berbelanja *online*.

E. Manfaat Penelitian

1. Menambah pengetahuan, wawasan dan pemahaman bagi peneliti tentang analisis faktor, dimana aplikasinya dapat digunakan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa Matematika FMIPA UNP saat berbelanja *online*.
2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa Matematika FMIPA UNP saat berbelanja *online*.
3. Sebagai salah satu bahan masukan bagi pembaca dan diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya.