



PENGARUH KEMUDAHAN TRANSAKSI, VARIASI FITUR, DAN KEAMANAN TRANSAKSI DALAM BERBELANJA DI E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (SURVEI PADA WARGA VILLA SUKAJAYA INDAH SUKARAMI KOTA PALEMBANG)

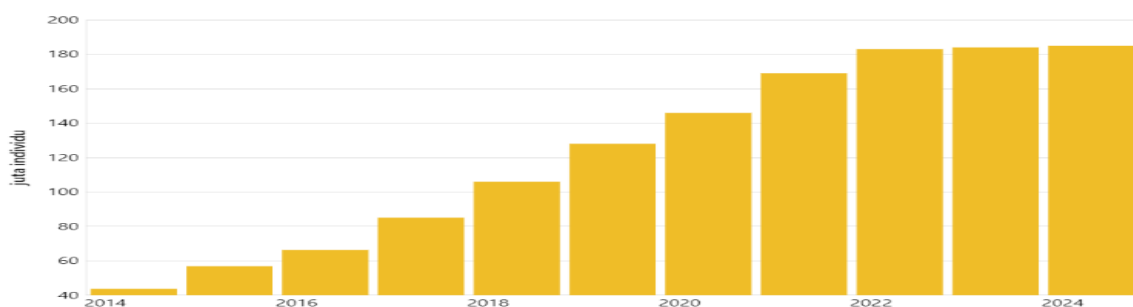
Uut Tarissyaa^{*1}, Chandra Zaky Maulana², Safitri Asrol³
^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia
 Corresponding Author: uuttarissyaa6@gmail.com

<p>Info Article</p> <p>Received : 03 September 2024</p> <p>Revised : 02 Oktober 2024</p> <p>Accepted : 04 November 2024</p> <p>Publication : 30 November 2024</p> <p>Keywords: Ease of Transactions, Variety of Features, Security, Loyalty</p> <p>Kata Kunci: Kemudahan Transaksi, Variasi Fitur, Keamanan, Loyalitas</p> <p>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License</p> 	<p>Abstract: <i>Shopee is one of the buying and selling marketplaces that is now in great demand by the public. Research Objectives to determine the effect of Transactions, Feature Variations, and Transaction Security on Shopee Customer Loyalty. This type of research is quantitative. The sampling method is purposive sampling technique and as many as 100 respondents. The data used is primary data. Based on the results of hypothesis testing, it shows that the Ease of Transaction with a value ($t\text{-count } 3.039 > t\text{-table } 1.984$, and a significant value of $0.003 < 0.05$), Feature Variety with a value ($t\text{-count } 2.341 > t\text{-table } 1.984$, and a significant value of $0.021 < 0.05$), and Transaction Security with a value of ($t\text{-count } 3.718 > t\text{-table } 1.984$, and a significant value of $0.000 < 0.05$) have a positive and significant effect on Shopee Customer Loyalty for residents of Villa Sukajaya Indah, Sukarami, Palembang City. And the three variables together have a positive and significant effect with a value of ($f\text{-count } 7,591 > f\text{-table } 2,700$, and a significant value of $0.000 < 0.05$) on Shopee Customer Loyalty in residents of Villa Sukajaya Indah, Sukarami, Palembang.</i></p> <p>Abstrak: Shopee merupakan salah satu <i>marketplace</i> jual beli yang kini banyak diminati oleh masyarakat. Tujuan Penelitian untuk mengetahui pengaruh Transaksi, Variasi Fitur, dan Keamanan Transaksi terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee. Jenis penelitian adalah kuantitatif. Metode pengambilan sampel adalah teknik purposive sampling dan sebanyak 100 responden. Data yang digunakan yaitu data primer. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan Kemudahan Transaksi dengan nilai ($t\text{-hitung } 3,039 > t\text{-tabel } 1,984$, dan nilai signifikan $0,003 < 0,05$), Variasi Fitur dengan nilai ($t\text{-hitung } 2,341 > t\text{-tabel } 1,984$, dan nilai signifikan $0,021 < 0,05$), dan Keamanan Transaksi dengan nilai ($t\text{-hitung } 3,718 > t\text{-tabel } 1,984$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee pada warga Villa Sukajaya Indah, Sukarami Kota Palembang. Serta ketiga variabel secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan dengan nilai ($f\text{-hitung } 7,591 > f\text{-tabel } 2,700$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$) terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee pada warga Villa Sukajaya Indah, Sukarami, Palembang.</p>
---	---

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi semakin pesat. Salah satu teknologi informasi yang tengah berkembang adalah internet. Kemudahan akses internet memungkinkan masyarakat untuk berbelanja secara online dengan cepat dan efisien. Dengan hanya menggunakan *Smartphone*, pembeli dapat mengunjungi berbagai platform *e-commerce* untuk bertransaksi secara mudah tanpa harus datang ke pusat perbelanjaan. Proses belanja menjadi lebih efisien karena pembeli hanya perlu mentransfer uang kepada penjual dan menunggu barang yang diinginkan sampai di rumah.

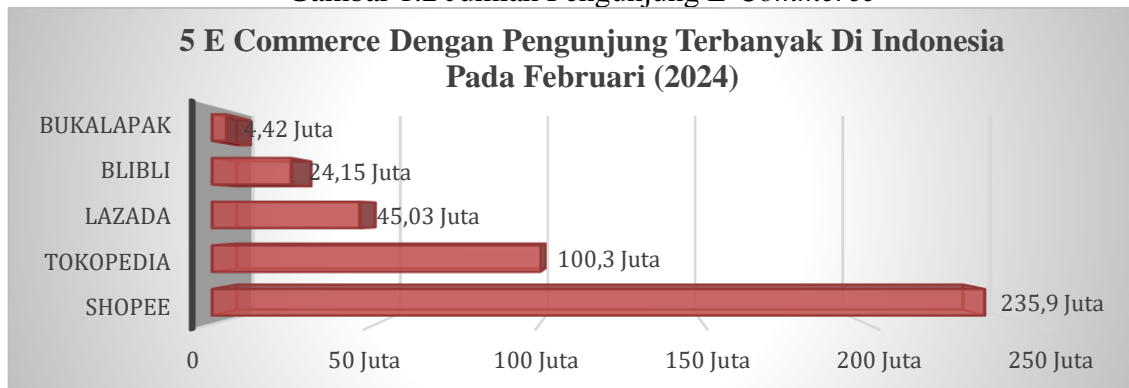
Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia



Sumber: Databoks.id

Pada Januari 2024 ada 185 juta individu pengguna internet di Indonesia, setara 66,5% dari total populasi nasional yang berjumlah 278,7 juta orang. Pengguna internet di Indonesia awal tahun ini tercatat bertambah sekitar 1,5 juta orang atau naik 0,8% dibanding Januari 2023. Jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam sedekade terakhir. Jika dibanding Januari 2014, jumlahnya saat ini sudah bertambah sekitar 141,3 juta pengguna. Dalam 10 tahun belakangan, tingkat pertumbuhan paling tinggi tercatat pada Januari 2017, di mana jumlah pengguna internet nasional melonjak 28,4%.

Hal ini menunjukkan bahwa persentase masyarakat Indonesia yang menggunakan internet mengalami peningkatan. meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Diperkirakan pemerintah akan terus mendukung perluasan akses internet ke seluruh pelosok tanah air. karena internet sangat membantu masyarakat dalam mengakses informasi, baik untuk keperluan pendidikan, bisnis, maupun hiburan, di era digital ini. Industri *e-commerce* Indonesia terus berkembang pesat seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan adopsi teknologi. Sebagai salah satu negara dengan pertumbuhan ekonomi digital tercepat di dunia, Indonesia menjadi tuan rumah bagi platform belanja online atau yang biasa dikenal sebagai *marketplace* pada awal 2024 ini.

Gambar 1.2 Jumlah Pengunjung *E-Commerce*

Sumber: Data Dari edot.id

Indonesia memiliki lima toko online, seperti terlihat pada gambar di atas. Berdasarkan data di atas, Shopee merupakan *e-commerce* kategori *marketplace* yang meraih kunjungan situs terbanyak di Indonesia pada Februari 2024. Secara global, Shopee memiliki pengunjung sebesar 235,9 juta selama bulan Februari 2024. Namun, Similar Web mencatat platform tersebut mengalami penurunan pengunjung secara bulanan sebesar 4,01%. Di urutan kedua terdapat Tokopedia dengan pengunjung tertinggi di Indonesia. Pengunjung Tokopedia pada bulan yang sama mencapai 100,3 juta secara global. Angka ini turun sebesar 0,04% jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya. Selanjutnya, terdapat Lazada yang juga mencatatkan pengunjung sebesar 45,03 juta pada bulan Februari 2024. Sama dengan Shopee dan Tokopedia, pengunjung Lazada juga mengalami penurunan. Bahkan, Lazada mengalami penurunan yang lebih besar, yaitu 4,75% secara *month to month*. Di Urutan keempat terdapat Blibli yang mencatatkan 24,15 juta pengunjung pada bulan yang sama. Angka tersebut tercatat turun jika dibandingkan dengan bulan lalu sebesar 7,74%. Kemudian terdapat Bukalapak yang menjadi top 5 dengan pengunjung terbanyak di Indonesia sebesar 4,42 juta pengunjung. Sama dengan platform sebelumnya, Bukalapak juga mengalami penurunan jumlah pengunjung. Salah satu pionir *marketplace* di Indonesia ini mengalami penurunan 22,86% dibandingkan dengan bulan sebelumnya. Indonesia merupakan salah satu negara dimana belanja online sedang populer saat ini. Hal ini terlihat dari banyaknya toko online seperti, Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan lain-lain. Shopee juga merupakan salah satu toko online paling terkenal di Indonesia. Terbentuknya Loyalitas Pelanggan juga dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah kemudahan bertransaksi, Variasi Fitur dan keamanan transaksi terhadap Loyalitas pelanggan tersebut.

Shopee menciptakan berbagai fitur untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, Fitur dengan kategori ada *High-End Brands*, Shopee Mall, Shopee *Supermarket*, *InFashion*,

Shopee *Moms Club*, Dikelolah Shopee, Shopee Barokah. Fitur Promosi ada Gratis Ongkir & *Voucher*, Bayar Di Tempat, Termurah di Shopee, Shopee Pilih Lokal, *Flash Sale*, Semua Promo. Fitur Pembayaran ada SeaBank, SPayLater, SPinjam, Keuangan, ShopeePay Sekitarmu, Transfer ShopeePay. Fitur Layanan ada Kirim Paket 30 Menit, ShopeeFood, Pulsa Tagihan, & Tiket. Fitur Sosia ada Hadiah Shopee, Shopee *Live*, Shopee Vidio. Dengan adanya berbagai Variasi fitur tersebut maka sangat memudahkan bagi konsumen untuk berbelanja ataupun melakukan transaksi secara online. Shopee juga menawarkan fitur Gratis Ongkir yang sangat diminati, memungkinkan pengguna untuk berbelanja tanpa harus memikirkan biaya pengiriman tambahan. Dengan variasi fitur tersebut aplikasi shopee meberikan penawaran bermacam produk seperti kebutuhan sehari - hari masyarakat. Shopee juga bisa diakses oleh berbagai perangkat digital seperti komputer, *smartphone*, laptop, dan lain-lain. Maka dari fitur ini, Shopee terus berinovasi untuk memberikan pengalaman belanja online yang lebih mudah, nyaman, dan menyenangkan bagi penggunanya.

Keamanan adalah kemampuan toko dalam menyimpan dan mengelola informasi konsumen ketika melakukan transaksi. Keamanan memegang peranan yang sangat penting dalam menciptakan Loyalitas Pelanggan dalam berbelanja di *E-Commerce* Shopee, yang mengurangi atau mengarahkan perhatian konsumen pada transaksi informasi yang mudah rusak, transaksi informasi yang mudah dicuri dan penyalahgunaan informasi. Keamanan merupakan faktor yang harus dipertimbangkan oleh penyedia layanan untuk melawan penipuan dalam belanja online. Kami memastikan bahwa seluruh proses perdagangan aman tidak hanya dari pasar, tetapi juga dari sisi penjual dan pembeli. Untuk memastikan keamanan transaksi online. Artinya, dengan memastikan Keamanan transaksi maka terciptanya Loyalitas Terhadap Pelanggan. Jika pelanggan merasa kenyamanan terhadap keamanan transaksi maka terciptanya Loyalitas pelanggan tersebut. Terbentuknya Loyalitas Pelanggan juga dipengaruhi oleh beberapa Pandangan yang dirasakan diantaranya adalah kemudahan dalam bertransaksi, Variasi Fitur dan keamanan transaksi terhadap Loyalitas pelanggan tersebut. Loyalitas pelanggan menunjukkan sikap pembelian berulang dalam jangka panjang dimana produsen tertentu dianggap sebagai satu-satunya pemasok dan tidak pernah beralih ke produsen/penjual lain. Loyalitas pelanggan juga dapat didefinisikan sebagai perilaku pelanggan yang berlanjut pada suatu merek tertentu dari waktu ke waktu.

Pelanggan setia adalah pelanggan yang sangat puas terhadap suatu produk atau jasa tertentu sehingga mereka rela memperkenalkan kepada semua orang yang dikenalnya.

Oleh karena itu, semakin lama loyalitas pelanggan maka semakin besar pula keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan dari pelanggan tersebut. Kota Palembang adalah ibu kota provinsi Sumatera Selatan, Indonesia. Luas Kota Palembang dengan sekitar 352,51 km² Pada pertengahan tahun 2024, kota ini dihuni oleh 1.781.672 jiwa. Kota Palembang memiliki 18 kecamatan dan 107 kelurahan (dari total 236 kecamatan, 386 kelurahan dan 2.764 desa di seluruh Sumatera Selatan). Berdasarkan asumsi dan pengetahuan umum, Villa Sukajaya Indah merupakan salah satu perumahan yang cukup besar di Kota Palembang. Masyarakat di Villa Sukajaya Indah, Sukarami Kota Palembang, dapat dikategorikan sebagai masyarakat dengan golongan ekonomi menengah ke atas yang bekemungkikan besar telah menggunakan *e-commerce* termasuk Shopee dan Lazada sehingga dapat memberikan responden yang relevan dan akurat.

Dengan melihat latar belakang di atas dengan adanya sebuah data dan kasus yang terjadi pada saudara feri yang bertempat di villa sukajaya indah sukarami kota Palembang tersebut maka membuat penulis merasa tertarik melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kemudahan Transaksi, Variasi Fitur, Dan Keamanan Transaksi Dalam Berbelanja Di *E-Commerce* Shopee Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Warga Villa Sukajaya Indah, Sukarami Kota Palembang). Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahannya, yaitu sebagai berikut:

1. Adakah Pengaruh Kemudahan Transaksi dalam berbelanja di *E-Commerce* Shopee terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee pada warga Villa Sukajaya Indah, Sukarami Kota Palembang?
2. Adakah Pengaruh Variasi Fitur dalam berbelanja di *E-Commerce* Shopee terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee pada warga Villa Sukajaya Indah, Sukarami Kota Palembang?
3. Adakah Pengaruh Keamanan Transaksi dalam berbelanja di *E-Commerce* Shopee terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee pada warga Villa Sukajaya Indah, Sukarami Kota Palembang?
4. Adakah Pengaruh Kemudahan Transaksi, Variasi Fitur, dan Keamanan Transaksi Secara Simultan dalam berbelanja di *E-Commerce* Shopee terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee pada warga Villa Sukajaya Indah, Sukarami Kota Palembang?

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah non-eksperimental. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati pengaruh "kemudahan transaksi," "variasi fitur," dan "keamanan

transaksi" terhadap "loyalitas pelanggan" melalui survei. peneliti tidak melakukan manipulasi terhadap variabel-variabel tersebut, melainkan hanya mengukur dan menganalisis hubungan atau korelasinya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif. Menurut Sugiyono penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan data berbentuk angka (kuantitatif) yang diolah dengan analisis statistik. Objek dalam penelitian ini adalah pelanggan shopee di Villa Sukajaya Indah, Sukarami Kota Palembang. Adapun populasi dari penelitian ini yaitu warga Villa Sukajaya Indah, Sukarami Kota Palembang yang berjumlah 290 jiwa. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik suatu populasi tersebut, maka tidak mungkin peneliti mempelajari semua yang terdapat pada populasi, dikarenakan misalnya adanya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka dari itu peneliti dapat menggunakan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* jenis *Purposive Sampling*. Teknik *Purposive Sampling* ialah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti.

Pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa kriteria dalam penelitian ini seperti responden harus berusia minimal 15-40 tahun, pernah menggunakan, membeli, atau memesan produk melalui *marketplace* Shopee minimal 2 kali atau lebih dalam 3 bulan terakhir, dan responden harus berdomisili di Komplek Villa Sukajaya Indah Kecamatan Sukarami Kota Palembang. Berdasarkan pada perhitungan di atas minimal jumlah sampel yang harus di gunakan adalah 96,04 orang. Untuk keakuratan penelitian dibulatkan menjadi sebanyak 100 responden dan 100 responden tersebut dianggap sudah representatif karena sudah melebihi batas minimal sampel.

Instrumen Penelitian

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan statistik, teknik yang digunakan adalah sebagai berikut:

Uji Validitas

Menurut Azwar uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu instrumen dikatakan valid atau tidak valid dalam mengukur suatu variable penelitian, misalnya pada kuesioner. Suatu instrumen dari kuesioner dikatakan valid bila instrumen tersebut dapat dengan tepat mengukur apa yang hendak di ukur. Sehingga dapat dikatakan bahwa

validitas berhubungan dengan “ketepatan” dengan alat ukur. Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap Valid. Jika r hitung $\geq r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Uji Reabilitas

Reliabilitas bertujuan mengetahui apakah instrumen terkait sudah bisa digunakan untuk mengumpulkan data. Kuesioner disebut reliabel bila jawaban dari responden konsisten. Uji reliabilitas bertujuan meyakinkan jika diadakan pengukuran ulang menggunakan indikator yang serupa, hasil tak berubah. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan adalah *Cronbach Alpha*. Uji reabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas dimana item yang masuk penyajian adalah item yang valid saja. Untuk menentukan apakah instrument reliable atau tidak menggunakan batasan 0,6. Menurut Uma Sekaran dalam buku *Research Methods For Business* reabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas. Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah suatu variabel yang dihasilkan dari model regresi memiliki distribusi normal atau tidak, pengujian normalitas menggunakan uji normal uji kolmogorov-smirnov. Menurut Real-Statistic menyatakan bahwa Uji Kolmogorov-Smirnov yaitu data berdistribusi normal jika nilai sig $> 0,05$. Sedangkan jika nilai sig $< 0,05$ artinya data tidak berdistribusi normal.
2. Uji Multikolinieritas. Uji multikolinieritas merupakan uji yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya suatu korelasi antar variabel bebas (independen). Jika variable independennya saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak ortogonal. Variabel orthogonal itu sendiri yaitu variabel independen yang besaran nilai korelasi antar sesama variable berjumlah sama dengan nol. Pendeteksian multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat melalui nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Menurut Ghozali suatu model regresi dikatakan

multikolinieritas apabila nilai toleransi $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 . Penelitian ini akan dilakukan uji multikolinieritas dengan melihat nilai (VIF) pada model regresi.

3. Uji Heterokedastitas. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Apabila *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain hasilnya tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika hasilnya berbeda disebut Heterokedastisitas. Metode uji yang digunakan adalah metode Glejser.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh kemudahan transaksi, variasi fitur, dan keamanan transaksi terhadap loyalitas pelanggan. Program SPSS sebagai alat analisis regresi berganda. Persamaan analisis regresi berganda yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Loyalitas Pelanggan

α : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi variabel X1

X1 : Kemudahan transaksi

b_2 : Koefisien regresi variabel X2

X2 : Variasi fitur

b_3 : Koefisien regresi variabel X3

X3 : Keamanan transaksi

e : standar eror

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel dependen dan independen memiliki hubungan linier. Tujuan uji hipotesis adalah untuk memutuskan apakah hipotesis yang di uji ditolak atau diterima. Uji parsial (uji t) yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya yang dianggap konstan. Menurut Field Uji T

digunakan untuk menguji apakah setiap variabel bebas secara masing-masing parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (dependen) pada tingkat kepercayaan sebesar 95% ($\alpha = 5\%$ atau 0,05) dengan menganggap variabel bebas bernilai konstan.

Uji serentak (uji f) yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/ non signifikan. Menurut Gujarati Uji simultan dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0,05 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya.

Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui dan mengukur seberapa jauh kemampuan pada suatu model dalam menerangkan variasi variabel dependen (variabel terikat). Nilai koefisien determinasi ialah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan dari variabel-variabel independen dalam menjelaskan beberapa variasi variabel dependen amat terbatas. Pada nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang telah dibutuhkan untuk memprediksi suatu variasi variabel dependen. Jika nilai R^2 semakin mendekati 1, menandakan hasil untuk model regresi tersebut baik atau variabel independen secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel dependen. Sedangkan jika nilai R^2 semakin mendekati 0, berarti variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Uji Validitas ini ditentukan dengan membandingkan nilai r-tabel dan r-hitung. Jika r-hitung $>$ r-tabel maka item pernyataan dikatakan valid. Sebaliknya jika r-hitung $<$ r-tabel maka item pernyataan dikatakan tidak valid. Dalam penelitian ini digunakan SPSS.25 dengan taraf signifikan 0,05 dan *degree of freedom* (df) = $n-2$ dan n adalah jumlah responden. Dalam penelitian ini jumlah responden 100 orang, maka $df = 100 - 2$ hasilnya $df = 98$. Hasil uji validitas dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.4 Uji Validitas

No	Variabel	Item (Pernyataan)	r-tabel	r-hitung	Keterangan
		X1.1		0,618	Valid
		X1.2		0,628	Valid
		X1.3		0,600	Valid
1.	Kemudahan Transaksi (X1)	X1.4	0,196	0,754	Valid
		X1.5		0,756	Valid
		X1.6		0,783	Valid
		X1.7		0,719	Valid
		X1.8		0,581	Valid
2.	Variasi Fitur (X2)	X2.1	0,196	0,738	Valid
		X2.2		0,724	Valid
		X2.3		0,778	Valid
		X2.4		0,696	Valid
		X2.5		0,809	Valid
		X2.6		0,615	Valid
3.	Keamanan Transaksi (X3)	X3.1	0,196	0,704	Valid
		X3.2		0,753	Valid
		X3.3		0,720	Valid
		X3.4		0,668	Valid
		X3.5		0,547	Valid
		X3.6		0,717	Valid
		X3.7		0,660	Valid
		X3.8		0,637	Valid
		Y1		0,613	Valid
		Y2		0,690	Valid
		Y3		0,689	Valid
	Loyalitas (Y) Pelanggan	Y4	0,190	0,649	Valid
		Y6		0,534	Valid
		Y5		0,679	Valid
		Y7		0,632	Valid
		Y8		0,641	Valid

Sumber: Data Diolah oleh peneliti, (2024)

Berdasarkan tabel 4.4 diatas maka dapat dilihat bahwa hasil uji validitas dari semua item pernyataan penelitian menunjukkan nilai r-hitung > r-tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan tersebut sah atau valid serta layak digunakan dalam kuisisioner.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuisisioner dengan tujuan untuk menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skala pengukuran. Dalam pengukuran reliabilitas, kuisisioner dinyatakan reliable apabila nilai *Cronbach's Alpha*

lebih besar atau sama dengan 0,60. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Kritis	Keterangan
Kemudahan Transaksi (X1)	0,837	0,60	Realible
Variasi Fitur (X2)	0,802	0,60	Realible
Keamanan Transaksi (X3)	0,812	0,60	Realible
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,763	0,60	Realible

Sumber: Data Diolah oleh peneliti, (2024)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa keseluruhan variabel mendapatkan *Cronbach's Alpha* > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa X1, X2, X3 dan Y memiliki pernyataan yang reliable atau andal.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian masing-masing variabel menyebar secara normal atau tidak. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas yang signifikan dan lebih besar dari α 0,05 dikatakan data terdistribusi normal, sebaliknya apabila nilai probabilitas lebih kecil dari α 0,05, maka data tidak terdistribusi normal.

Tabel 4.6 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.93924012
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.076
	Negative	-.042
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.168 ^c

Sumber: Data Diolah SPSS 25, (2024)

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan hasil bahwa data pada penelitian ini terdistribusi normal yang dilihat dari nilai probabilitas signifikan 0,168 yang lebih besar dari α 0,05 dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Uji normalitas dalam penelitian ini juga menggunakan cara P-Plot. Uji normalitas data dengan normal P-Plot, suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah

mengikuti garis diagonal. Kurva histogram dapat disimpulkan kurva histogram memberikan pola yang seimbang. Dan grafik P-Plot terlihat titik-titik menyebar sekitar garis diagonal dan penyebarannya tidak terlalu jauh atau melebar. Dari kurva dan grafik diatas menunjukkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas dan layak digunakan.

3. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji adanya kolerasi diantara variabel bebas (independen) pada model regresi yang ditentukan. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan nilai *variance inflation factor* (VIF) dari masing-masing variabel. Suatu model regresi dikatakan multikolonieritas apabila nilai *tolerance* <0,10 dan nilai VIF > 10. Hasil pengujian pada penelitian ini sebagai berikut.

Tabel 4.7 Uji Multikolonieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Kemudahan Transaksi (X1)	0,903	1,107
Variasi Fitur (X2)	0,910	1,099
Keamanan Transaksi (X3)	0,952	1,051

Sumber: Data Diolah oleh peneliti, (2024)

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa seluruh nilai tolerance > 0,10 (dengan X1 = 0,903; X2 = 0,910; X3 = 0,952) maka dapat dikatakan diantara variabel tidak terjadinya multikolonieritas. Jika dilihat dari hasil perhitungan VIF, bahwa nilai VIF pada semua variabel X < 10 (dengan X1 = 1,107; X2 = 1,099; X3 = 1,051) dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolonieritas antara variabel independen dalam model regresi dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varian tabel tidak sama untuk semua pengamat. Jika varian residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedasitas dalam model atau dengan perkataan lain tidak terjadi heteroskedastisitas. Metode uji yang digunakan adalah metode *Glejser*.

Tabel 4.8 Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.289	2.763		.829	.409

1	Kemudahan Transaksi (X1)	-.040	.058	-.073	-.679	.499
	Variasi Fitur (X2)	-.004	.074	-.006	-.060	.953
	Keamanan TRansakasi (X3)	.042	.059	.073	.705	.482

Sumber: Data Diolah SPSS 25, (2024)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu variabel Kemudahan Transaksi (X1) mempunyai nilai signifikan sebesar $0,499 > 0,05$, variabel Variasi Fitur (X2) mempunyai nilai signifikan sebesar $0,953 > 0,05$ dan variabel Keamanan Transaksi (X3) mempunyai nilai signifikan sebesar $0,482 > 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan peneliti untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen. Hasil pengolahan data analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS 25 ditunjukkan dalam pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.9 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		t	Sig.	
		B	Std. Error			Beta
1	(Constant)	12.358	4.342		2.846	.005
	Kemudahan Transaksi	.194	.092	.204	2.115	.037
	Variasi Fitur	.151	.116	.125	1.301	.196
	Keamanan Transaksi	.289	.093	.293	3.118	.002

Sumber: Data Diolah oleh SPSS.25, (2024)

Berdasarkan tabel 4.8 diperoleh dari hasil pengolahan dengan menggunakan program SPSS maka diperoleh persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = 12,354 + 0,194 X1 + 0,151 X2 + 0,289 X3$$

Analisis terhadap persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil persamaan regresi diatas, diperoleh nilai konstan sebesar 12,358 hal tersebut berarti apabila kondisi semua variabel Kemudahan Transaksi, Variasi Fitur dan Keamanan Transaksi dianggap konstan, maka jumlah Loyalitas Pelanggan pada warga villa sukajaya indah yang menggunakan Shopee dapat dihasilkan adalah sebesar 12,358.

2. Berdasarkan persamaan regresi diatas variabel Kemudahan Transaksi memiliki koefisien regresi sebesar 0,194 yaitu positif. Dengan asumsi bahwa variabel lain konstan, apabila variabel Kemudahan Transaksi naik satu satuan, maka jumlah Loyalitas Pelanggan pada Warga Villa Sukajaya Indah yang dihasilkan sebesar 0,194.
3. Berdasarkan persamaan regresi diatas variabel Variasi Fitur memiliki koefisien regresi sebesar 0,151 yaitu positif. Dengan asumsi bahwa variabel lain konstan, apabila variabel Variasi Fitur naik satu satuan, maka jumlah Loyalitas Pelanggan pada Warga Villa Sukajaya Indah yang dihasilkan sebesar 0,151.
4. Berdasarkan persamaan regresi diatas variabel Keamanan Transaksi memiliki koefisien regresi sebesar 0,289 yaitu positif. Dengan asumsi bahwa variabel lain konstan, apabila variabel Keamanan Transaksi naik satu satuan, maka jumlah Loyalitas Pelanggan pada Warga Villa Sukajaya Indah dihasilkan sebesar 0,289.

5. Uji Hipotesis

Uji Parsial (t)

Uji T digunakan untuk menguji apakah setiap variabel bebas secara masing-masing parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (dependen) pada tingkat kepercayaan sebesar 95% ($\alpha = 5\%$ atau 0,05) dengan menganggap variabel bebas bernilai konstan. Variabel independen dikatakan berpengaruh terhadap variabel dependen apabila nilai t-hitung $>$ t-tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen, begitu sebaliknya. Dalam penelitian ini uji parsial dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10 Uji Parsial (t)

Variabel	T	Sig
Kemudahan Transaksi (X1)	3,034	0,003
Variasi Fitur (X2)	2,341	0,021
Keamanan Transaksi (X3)	3,718	0,000

Sumber: Diolah Oleh peneliti, (2024)

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individu) terhadap variabel dependen yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh Kemudahan Transaksi (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis analisis regresi secara parsial melalui uji t, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar (3,034) dengan nilai t_{tabel} sebesar (1,984) yang artinya

pada variabel ini nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang artinya antara variabel kemudahn transaksi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh Variasi Fitur (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis analisis regresi secara parsial melalui uji t, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar (2,341) dengan nilai t_{tabel} sebesar (1,984) yang artinya pada variabel ini nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $0,021 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang artinya antara variabel variasi fitur memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Pengaruh Keamanan Transaksi (X3) Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis analisis regresi secara parsial melalui uji t, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar (3,718) dengan nilai t_{tabel} sebesar (1,984) yang artinya pada variabel ini nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang artinya antara variabel keamanan transaksi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Uji Simultan (F)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah variable independen secara variabel secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel dependen. Variabel independen dikatakan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikannya lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya variable Kemudahan Transaksi (X1), Variasi Fitur (X2) dan Keamanan Transaksi (X3) secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee, dan sebaliknya. Hasil dari uji simultan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11 Uji Simultan (F)

Hasil Uji F (Simultan) ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	202.886	3	67.629	7.591	.000^b
	Residual	855.274	96	8.909		
	Total	1058.160	99			

Sumber: Data Diolah SPSS 25, (2024)

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan hasil uji F yang dapat dipergunakan untuk memprediksi aspek-aspek variabel Kemudahan Transaksi, Variasi Fitur, dan

Keamanan Transaksi terhadap Loyalitas Pelanggan. F_{hitung} dan F_{tabel} yang dihasilkan 2,700, yang diperoleh dari $df1 = k-1$ ($4-1 = 3$) dan $df2 = n-k$ ($100-4 = 96$), k adalah jumlah keseluruhan variabel $X + Y$ dan n adalah jumlah responden. Dengan nilai $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} ($7,591 > 2,700$) dan nilai signifikannya sebesar $0,000 < 0,05$. Maka hal ini menunjukkan bahwa $H4$ diterima, yang artinya variabel Kemudahan Transaksi, Variasi Fitur, dan Keamanan Transaksi secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan bahwa sejauh mana saja kemampuan variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kemudahan transaksi, variasi fitur, dan keamanan transaksi terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan.

Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	.686	.676	2.79664

Sumber: Data Diolah SPSS 25, (2024)

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji koefisien korelasi (R) sebesar 0,828 yang artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen karena nilai R pada penelitian ini mendekati angka 1. Sedangkan dari hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,676 yang artinya 67,6% loyalitas pelanggan ditentukan oleh variabel independen yang dalam penelitian ini terdiri dari Kemudahan Transaksi, Variasi Fitur, dan Keamanan Transaksi. Sedangkan selebihnya 32,4% ditentukan oleh beberapa variabel independen lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Pembahasan

Pengaruh Kemudahan Transaksi (X_1) Dalam Berbelanja Di *E-Commerce* Shopee Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan transaksi (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Penelitian ini dilakukan pada 100 responden pengguna *e-commerce* Shopee di Villa Sukajaya Indah Kota Palembang. Berdasarkan Uji T antara variabel Kemudahan Transaksi (X_1), $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($3,034 > 1,984$) dengan Sig. $0,003 < 0,05$, maka $H1$ diterima. Dapat disimpulkan bahwa kemudahan transaksi secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Shopee

pada warga Villa Sukajaya Indah, Sukarami Kota Palembang. Artinya jika Semakin tinggi persepsi konsumen terhadap kemudahan dalam menggunakan suatu sistem atau layanan, maka semakin tinggi pula keinginan konsumen untuk menggunakannya.

Pengaruh positif yang Menyatakan bahwa variabel kemudahan transaksi memiliki Dampak yang positif dengan loyalitas pelanggan. Artinya, semakin mudah transaksi yang dilakukan, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal tersebut didukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM) ada faktor yang mempengaruhi sebuah sistem yaitu Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) sebagai tingkat harapan terhadap tingkat usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sistem tersebut mampu meningkatkan suatu loyalitas. Kemudahan merupakan faktor penting untuk menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan, pelanggan hanya ingin sesuatu yang mudah sehingga mereka mengandalkan teknologi dan pelayanan, jika apapun yang diminta selalu termudahkan maka konsumen akan setia terhadap produk atau jasa perusahaan tersebut. Dari perspektif ekonomi syariah, konsep ini bisa dihubungkan dengan prinsip masalah. Kemudahan dalam transaksi dianggap sebagai suatu bentuk masalah, karena memberikan manfaat langsung kepada pelanggan. Prinsip ini bisa menjadi dasar bagi bisnis untuk mengutamakan pelayanan yang baik dan kemudahan akses dalam transaksi demi mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan yang berkesinambungan. Hasil penelitian ini mendukung bukti empiris dari penelitian terdahulu oleh Lia Nirawati, Bella Ayu Dian Sapitri, dan Regista Fabungga Ahmad (2020) dengan hasil penelitian dari Desi Wahyuningsih dan Lia Nirawati (2022) yang hasil penelitiannya Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan transaksi terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Variasi Fitur (X2) Dalam Berbelanja Di *E-Commerce* Shopee Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variasi fitur (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Penelitian ini dilakukan pada 100 responden pengguna *e-commerce* Shopee di Villa Sukajaya Indah Kota Palembang. Berdasarkan Uji T antara variabel Variasi Fitur (X2), $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,341 > 1,984$) dengan Sig. $0,021 < 0,05$, maka H2 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variasi fitur secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Shopee pada warga Villa Sukajaya Indah, Sukarami Kota Palembang. Artinya dengan adanya variasi fitur yang disediakan oleh

aplikasi *e-commerce* Shopee maka seseorang dapat memilih fitur pada aplikasi shopee yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhannya masing-masing.

Pengaruh positif Menyatakan bahwa variabel variasi fitur memiliki Dampak yang positif dengan loyalitas pelanggan. Artinya, semakin mudah transaksi yang dilakukan, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal tersebut didukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM) karena dengan adanya variasi fitur dalam sebuah teknologi berarti melengkapi kebutuhan pengguna untuk mendapatkan kemudahan dalam melakukan transaksi atau aktivitas. Hal ini menegaskan bahwa sangat diperlukan variasi fitur yang lengkap sehingga loyalitas pelanggan semakin meningkat. Dalam Hadis Riwayat abu Dawud dan Muslim, “Barang siapa memudahkan (urusan) seorang mukmin, Allah akan memudahkan baginya”, Hadis ini Mengajarkan pentingnya memberikan kemudahan kepada orang lain. Shopee menerapkan prinsip ini dengan menawarkan berbagai fitur yang memudahkan pelanggan, seperti beragam metode pembayaran, pilihan pengiriman, dan fitur filter yang memudahkan pelanggan menemukan produk yang diinginkan dengan cepat dan efisien. Hasil penelitian ini mendukung bukti empiris dari penelitian terdahulu oleh Hasil penelitian yang diteliti oleh Nurhapizah dan Yulia Hendri Yeni (2024) variasi fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Keamanan Transaksi (X3) Dalam Berbelanja Di *E-Commerce* Shopee Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan transaksi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Penelitian ini dilakukan pada 100 responden pengguna *e-commerce* Shopee di Villa Sukajaya Indah Kota Palembang. Berdasarkan Uji T antara variabel variasi fitur, $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($3,718 > 1,984$) dengan Sig. $0,000 < 0,05$, maka H3 diterima. Dapat disimpulkan bahwa keamanan transaksi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan shopee pada warga Villa Sukajaya Indah, Sukarami Kota Palembang. Artinya dengan adanya keamanan transaksi maka konsumen percaya bahwa pihak lain tidak dapat melihat, menyimpan, atau memanipulasi data privasinya saat bertransaksi online. Pengaruh positif menyatakan bahwa variabel Keamanan Transaksi memiliki Dampak yang positif dengan loyalitas pelanggan. Artinya, semakin mudah transaksi yang dilakukan, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Ketika pelanggan merasakan bahwa tingkat

keamanan suatu layanan terlindungi akan memberikan pengalaman yang positif dan merasa lebih terhubung dengan platform aplikasi tersebut.

Hadis RIwayat Abu Dawud dalam kitab al-buyu menekankan pentingnya amanah dalam menjaga harta orang lain. Dalam konteks *e-commerce*, seperti Shopee, penerapan sistem keamanan yang andal dalam transaksi sangat penting untuk membangun kepercayaan pelanggan. Dengan memastikan keamanan data dan transaksi, platform dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, karena mereka merasa aman dan percaya saat bertransaksi. Hasil penelitian ini mendukung bukti empiris dari penelitian terdahulu oleh Hasil penelitian Lia Oktavian, Dkk (2024) yang menyatakan bahwa variabel keamanan transaksi berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh kemudahan transaksi, variasi fitur, dan keamanan transaksi (X) dalam berbelanja di e-commerce shopee secara simultan terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan maka secara simultan variabel Kemudahan Transaksi (X1), Variasi Fitur (X2) dan Keamanan Transaksi (X3) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Shopee. Hal ini ditunjukkan dari nilai f -hitung sebesar $7,591 >$ dari f -tabel $2,700$ dan nilai probabilitas $\text{sig } 0,000 <$ dari $0,05$. Nilai hitung R Square sebesar $0,686$ atau $68,6\%$ yang artinya variabel kemudahan transaksi, variasi fitur, dan keamanan transaksi berpengaruh hanya $68,6\%$ terhadap loyalitas pelanggan Shopee. Sedangkan sisanya $31,4\%$ dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Sesuai dengan HR. Abu Dawud, kemudahan dalam transaksi menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, meningkatkan kepuasan dan loyalitas. Variasi Fitur: Berdasarkan HR Abu Dawud dan Muslim variasi fitur menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan yang beragam, memperkuat rasa dihargai dan meningkatkan loyalitas. Keamanan Transaksi: Berdasarkan HR. Abu Dawud keamanan transaksi memberikan rasa aman dan keadilan, membangun kepercayaan pelanggan dan mendukung loyalitas jangka panjang.

Pengaruh positif Menyatakan bahwa variabel Kemudahan Transaksi, Variasi Fitur, dan Keamanan Transaksi memiliki Dampak yang positif dengan loyalitas pelanggan. Artinya, semakin mudah transaksi yang dilakukan, semakin beragam Variasi Fitur, dan Semakin baik Keamanan Transaksi, maka semakin meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai tingkat harapan terhadap tingkat usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan

sesuatu. Penelitian ini menemukan bahwa ketiga variabel tersebut, Kemudahan Transaksi, Variasi Fitur, dan Keamanan Transaksi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Shopee di Villa Sukajaya Indah Kota Palembang.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis serta pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kemudahan transaksi dalam belanja di *e-commerce* Shopee terhadap variabel loyalitas pelanggan. Menyatakan bahwa variabel kemudahan transaksi memiliki Dampak yang positif dengan loyalitas pelanggan. Artinya, semakin mudah transaksi yang dilakukan, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel variasi Fitur dalam belanja di *e-commerce* Shopee terhadap variabel loyalitas pelanggan. Menyatakan bahwa variabel Variasi Fitur memiliki Dampak yang positif dengan loyalitas pelanggan. Artinya, semakin banyak dan beragam fitur yang ditawarkan oleh Shopee, maka semakin meningkat loyalitas pelanggan.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel keamanan transaksi dalam belanja di *e-commerce* Shopee terhadap variabel loyalitas pelanggan. Menyatakan bahwa variabel Keamanan Transaksi memiliki Dampak yang positif dengan loyalitas pelanggan. Artinya, semakin mudah transaksi yang dilakukan, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan.
4. Dari uji menunjukkan bahwa variabel kemudahan transaksi, variasi fitur dan keamanan transaksi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Shopee. Menyatakan bahwa variabel Kemudahan Transaksi, Variasi Fitur, dan Keamanan Transaksi memiliki Dampak yang positif dengan loyalitas pelanggan. Artinya, semakin mudah transaksi yang dilakukan, semakin beragam Variasi Fitur, dan Semakin baik Keamanan Transaksi, maka semakin meningkatkan loyalitas pelanggan. Dari hasil koefisien determinasi R Square yaitu sebesar 0,686 atau 68,6% yang berarti bahwa hubungan antara Loyalitas Pelanggan Shopee dengan Kemudahan Transaksi, Variasi Fitur dan Keamanan Transaksi adalah besar sedangkan sisanya 31,4% variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdhufadilah Muhammad, (2020). 'DENGAN, E-COMMERCE CANGGIH YANG MEMILIKI FITUR LIVE CHAT LANGSUNG KONSUMEN. *Jurnal Manajemen* 2
- Adhitya Wisnu Rayhan, (2023). KEAMANAN TRANSAKSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPERCAYAAN PENGGUNA DI PLATFORM E-COMMERCE', *Jurnal Manajemen Dan Teknologi*, 15.2
- Adrian Jeremiah And Arihta Tariga, (2023). 'PENGARUH PROMOSI, GAMIFIKASI, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI APLIKASI SHOPEE', *Jurnal Digismantech*, 3.1
- Afrindo And Laoly Pratiwi Sirait, (2021). METODE PENELITIAN', *Repository STEI. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta*,
- Almsyah, (2019) UJI HIPOTESIS', *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, 'Jurnal Akuntansi', 1.2).*
- Anggri Widia Rahma, And Sri Ekowati, (2022) PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DALAM BERBELANJA PADA E-COMMERCE SHOPEE,' *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1 6 (2022).
- Anik Lestari Andjarwati Dian Agustiningrum (2021), PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9.3 (2021).
- Arikunto S, (2013) PROSEDUR PENELITIAN: SUATU PENDEKATAN PRAKTIK (Rineka Cipta).
- Azwar, (2014) PENYUSUNAN SKALA PSIKOLOGI (Pustaka Pelajar, 2014).
- Cholis Nurokhman, (2020) 'PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN TRANSAKSI DAN FITUR KEAMANAN TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING', *Jurnal IAIN Syekh Nurjati Cirebon*, 2020.
- Dwi Rahayu And Suhartono, (2021) 'PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN VARIASI FITUR TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN APLIKASI LAZADA', *Jurnal Manajemen*, 11.
- Dwi Wahyuni Chusnul Rofiah, (2019) 'KUALITAS PELAYANAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DI

- MEDIASI OLEH KEPUASAN DI BANK MUAMALAT JOMBANG', *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12.1.
- E P Saputro And B Wahyu Anggoro, (2022) 'PENGARUH KEAMANAN BERTRANSAKSI, KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI RISIKO, KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE', *Jurnal Manajemen Pemasaran*,
- Fauziah Aryza And Adhitya Wisnu Rayhan, (2023) PENGARUH KEMUDAHAN TRANSAKSI, KEAMANAN TRANSAKSI, DAN KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI SHOPEE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS POTENSI UTAMA)', *MAKREJU:Manajemen Kreatif Jurnal*,
- Field A, (2013) DISCOVERING STATISTICS USING SPSS, 4th Editio (Sage Publications.
- Gefen Marie-Claude, David; Straub, Detmar W; Boudreau, (2022) E-COMMERCE AND THE DIGITAL ECONOMY , Jurnal manajemen (Mcgraw-Hill, 2022).
- Gujarati D. C., D.N., Poerter, (2009) BASIC ECONOMETRICS, 5th Editio (Mcgraw-Hill Education).
- Hendri Jasmiko (2020). PENGARUH KEAMANAN, RESIKO DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PENGGUNA MOBILE BANKING', *Energy For Sustainable Development: Demand, Supply, Conversion And Management*, 2020.
- Hesti Widiyanti, Erni Unggul Sedyta Utami, And Ghea Dwi Rahmadiane, (2022) PENGARUH KUALITAS TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN PELANGGAN BRI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI', *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 13.1.
- Husein Hamdan, (2023) 'PENGUNAAN GOOGLE FORM SEBAGAI ALAT PENILAIAN KINERJA DOSEN DI PRODI PGMI UNISKA MUHAMMAD ARSYAD AL BANJARI', *Jurnal Pendidikan Dasar Islam*, 8.1.
- I Ghozali, (2018) *APLIKASI ANALISIS ULTIVARIATE* (Badan Penerbit Universitas Diponegoro).
- I Made Sukresna And Fanny Setiyo Saputri, (2022) 'PENGARUH KUALITAS LAYANAN WEBSITE, KEMUDAHAN PENGGUNAAN WEBSITE, KEAMANAN WEBSITE, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN', *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 23(02),

- Idris Muhammad Anwar, (2022). 'TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DALAM PERSPEKTIF HADIS (KAJIAN HOLISTIK HADIS ANTARADHIN)', *Qawānīn Journal Of Economic Syaria Law*, 6.1
- Ismail, (2022) 'LANDASAN TEORI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)', *Journal of Chemical Information and Modeling*, pp. 15–30.
- Khairul Fata, Mukhlis Yunus, and M. Shabri. Abd Majid, (2020) 'PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN FITUR TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN E-COMMERCE SHOPEE', *Pascasarjana Universitas Syiah Kuala*, 10.3 (2020).
- Kurniawati putri, (2017) 'UJI VALIDITAS DAN RELIABILITA', Universitas Nusantara PGRI Kediri, "Jurnal Riset Manajemen", 01.
- Lia Nirawati And Wahyuningsih Desi, (2022) 'PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN E-WALLET APLIKASI DANA', *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7.3.
- Malthuf Siroj A., (2020) 'KONSEP KEMUDAHAN DALAM HUKUM PERSPEKTIF AL QURAN DAN HADIST', *At-Turas: Jurnal Studi Keislaman*, 6.2 (2020).
- Maryono, Indrawati And Lilik Stefanny Irene Putri, (2022) PENGARUH KEAMANAN, PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN LAZADA', *Jurnal Manajemen*, 1.2 (2022).
- Mashuri, (2020). ANALISIS DIMENSI LOYALITAS PELANGGAN BERDASARKAN PERSPEKTIF ISLAM', *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9.1 (2020).
- Metta And Aldi Samara, (2023) PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGALAMAN PENGGUNA DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNAAN APLIKASI DOMPET DIGITAL (E-WALLET) DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA". *Jurnal Riset Akuntansi*.
- Nirawati, Safitri, and Ahmad. (2020) PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN E-WALLET APLIKASI DANA,' *Jurnal Manajemen Bisnis*
- Nurfauzan Muhammad Pasha, (2020) PENGARUH HARGA, KEAMANAN, DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN', *Skripsi*, 01.

- Puspita Dewi, Athanasia Octaviani, and Pahri Fahlevi, (2019) ANALISIS APLIKASI IJATENG DENGAN MENGGUNAKAN TEORI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)', *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8.
- Raharja Novita, (2022). ANANLISIS REGRESI DAN UJI HIPOTESIS'Jurnal Riset Manajemen, *Universitas Semarang*,
- Rahmawaty Penny, (2021). PENGARUH CITRA MEREK, FITUR, DESAIN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI', *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 5.
- Regista Fabunga Ahmad, Bela Ayu Dian Safitri, And Lia Nirawati, 'PENGARUH KEMUDAHAN TRANSAKSI DAN KEPERCAYAAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GOJEK', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2.9 (2020).
- Rinaldi Bursan, 92024). 'PENGUKURAN PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA APLIKASI GOJEK DI BANDAR LAMPUNG', *Jurnal Manajemen Strategis*, 6.1 (2024).
- Rose Rahmidani And Firman Puanda, (2021). 'PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE MELALUI APLIKASI SHOPEE', *Jurnal Ecogen*, 4.3 (2021).
- Rudi Abdullah, (2020) 'PENGUJIAN STATISTIK MENGGUNAKAN SPSS', *Manajemen Dan Akuntansi*.
- Sari Listyorini Jadmiko, Ibnunawazirul Lubis, (2020) 'PENGARUH FITUR (FEATURES) DAN TARIF (FARE) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KARTU INDOSAT PADA MAHASISWA ADMINISTRASI BISNIS ANGKATAN 2009 REGULER 1 DAN REGULER 2 Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
- Siti Asiyah, Nur Hidayati, And Ratna Furi, (2020) 'PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN PENGALAMAN BERBELANJA TERHADAP MINAT BELI ONLINEPADA SITUS JUAL BELI SHOPEE', *Jurnal Riset Manajemen*, 2020.
- Sri Wahyuningsih And Rokhmad Slamet, (2022) 'VALIDITAS DAN RELIABILITAS TERHADAP INSTRUMEN KEPUASAN KERJA', *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17.2 (2022).

- Sudariana and Yoedani, (2022) 'ANALISIS STATISTIK REGRESI LINIER BERGANDA' *Jurnal Manajemen Akuntansi, Seniman Transaction*, 2.2.
- Sugiyanto, Mumuh Mulyana, and M. Visa Ramadhan, (2021) 'PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN TRANSAKSI DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT BELI', *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1.1.
- Sugiyono, (2019) *BUKU METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta, Bandung (2019).
- Suharyati Primo Defa And sepnandito, (2024) 'THE INFLUENCE OF SPOTIFY SOCIAL FEATURES AND PERSONALIZED MARKETING ON SPOTIFY CUSTOMER', *Journal Of Young Entrepreneurs*, 3.
- Supartono, (2021) PENGARUH HARGA, KEMUDAHAN BERTRANSAKSI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ONLINE DI ECOMMERCE SHOPEE PADA MASA PANDEMI COVID 19 ' *Jurnal Akuntansi*, 2021.
- Susanti Metta And Aldi Samara, (2023) PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGALAMAN PENGGUNA DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNAAN APLIKASI DOMPET DIGITAL (E-WALLET) DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA', *Jura : Jurnal Riset Akuntansi*, 1.2 (2023)
- Syamsudin, (2022) TEORI TAM', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9.
- Tauer, Ryan and Cooper, (2023) 'MARKETPLACE SHOPEE', *PAPER KNOWLEDGE TOWARD A MEDIA HISTORY OF DOCUMENTS, 'Jurnal Ekonomi'*, 52,.
- Tjahjadi. B, (2021) STRATEGI PEMASARAN DIGITAL (Penerbit Erlangga, 2021).
- Tjiptono Fandi, (2011) "PEMASARAN JASA". Yogyakarta: Andi, 2011
- Widianto A, (2020) 'PENGARUH KEPERCAYAAN, RESIKO DAN KEAMANAN TRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BUKALAPAK SIDOARJO' *Jurnal Manajemen*, 2020.
- Yusen Cindranata Yenni Arfah, (2023) 'PENGARUH KEMUDAHAN TRANSAKSI DAN DISKON TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA DANA (STUDI KASUS PADA KONSUMEN TOKO KANAYA PONSEL & BRILINK DI SEI RAMPAH)', *Jurnal Digital Business Progress*, 2.1.