



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN *ONLINE*
SHOPPING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN DALAM
*DIGITAL BUSINESS (E-COMMERCE)***

SKRIPSI

HADI KURNIADI

1717.1111.1089

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
MENYELESAIKAN SARJANA EKONOMI STRATA SATU
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

JAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Jakarta, 31 Agustus 2021



Hadi Kurniadi

1717.1111.1089

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	: Hadi Kurniadi
NIM	: 1717.1111.1089
Program Studi	: Manajemen
Judul Skripsi	: Pengaruh Kepuasan Konsumen <i>Online Shopping</i> terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepercayaan Konsumen Dalam <i>Digital Business (E-commerce)</i>

Jakarta, 23 Juli 2021

Dosen Pembimbing



(Dr. Junaid Ali Saeed Raha, B.Com, M.C.S., M.B.Econ)

Mengetahui,

Puket I Bidang Akademik STIE JIC

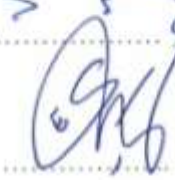


(Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM)

PANITIA UJIAN SKRIPSI STRATA SATU

Ujian Skripsi ini diselenggarakan: Selasa, 31 Agustus 2021.

TIM PENGUJI

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	: Dr. Jundid . A.S.Rana , B.com , m. Cs, m.B Econ	
Anggota	: 1. Dr. Wenny Chandra Mandagie, S.E.M.Pd.	
	2. Drs. Arguna wihana . m.m.	
	3. Dr. Evi . Susanti . S.E. m.m.	

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademik STIE Jakarta International College, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Hadi Kurniadi
NIM	: 1717.1111.1089
Program Studi	: Manajemen
Jenis Karya	: Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada STIE Jakarta International College **Hak Bebas Royalti NonEksklusif** atas skripsi saya yang berjudul :

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN *ONLINE SHOPPING*
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPERCAYAAN
KONSUMEN DALAM *DIGITAL BUSINESS (E-COMMERCE)***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini STIE Jakarta International College berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Jakarta, 31 Agustus 2021



Hadi Kurniadi

1717.1111.1089

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat merampungkan skripsi dengan judul: **“Pengaruh Kepuasan Konsumen *Online Shopping* Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepercayaan Konsumen Dalam *Digital Business (E-commerce)*”**.

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah salah satu syarat bagi mahasiswa/i guna memperoleh gelar Strata Satu (S1) program studi Manajemen Pemasaran pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jakarta International College.

Penulis sangat menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik membangun sangat dibutuhkan. Untuk itu, tidak lupa pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Agus Susanto, M.M, selaku ketua STIE JIC.
2. Bapak Drs. H. Arjuna Wiwaha, M.M, selaku puket I Bidang Akademik STIE JIC.
3. Ibu Dr. Evi Susanti, S.E., M.M, selaku Kaprodi Manajemen.
4. Bapak Dr. Junaid Ali Saeed Rana, B.Com, M.C.S., M.B.Econ selaku Dosen Pembimbing penulis, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen STIE Jakarta International College beserta staff yang telah membantu, membimbing, dan mendidik penulis selama perkuliahan maupun saat penulisan skripsi ini.
6. Penelitian ini sebagai persembahan yang istimewa kepada kedua orang tua penulis, khususnya Mama Dedeh Kurniasih yang tiada henti mendukung dan mendoakan serta memberikan dukungan baik dari segi material dan moril kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dan juga untuk keluarga tercinta, terima kasih atas doa dan dukungannya, ku persembahkan keberhasilan ini untuk kalian semua.
7. Para responden penelitian ini, atas bantuan dan kerjasamanya yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan data dan informasi yang dibutuhkan bagi penulis.
8. Sahabat-sahabat terdekat (Dimas Bagus Darmawan S.T, Nindi Febrina S.E dan Mediani Syafitri S.M) yang selalu menghibur dan memberikan dukungan dalam merampungkan skripsi ini.
9. Teman terdekat saya selama kuliah di STIE Jakarta International College (Fini dan Gugun) yang selalu mendukung dan membantu dalam pembuatan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman STIE JIC khususnya teman-teman dari manajemen pemasaran yang telah membantu, meluangkan waktu dan pikirannya, serta untuk teman-teman lainnya yang telah memberikan motivasi.

Penulis mengharapkan penelitian ini kelak akan bermanfaat dan memberikan dampak positif untuk siapa saja yang membacanya. Demi perbaikan selanjutnya, kritik dan saran yang positif dan membangun akan penulis terima dengan senang hati.

Jakarta, 23 Juli 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Hadi', with a long, sweeping horizontal stroke extending to the left.

Hadi Kurniadi

ABSTRACT

This research uses the variables of Customer Satisfaction, Customer Trust and Customer Loyalty. The purpose of this research was to determine the effect of customer satisfaction on customer loyalty mediated by customer trust. The research was conducted from February to July 2021 in Jakarta. The method of this research uses regression analysis and correlation with Process v3.5, with a total of 230 respondents. Data processing using SPSS 25. The results showed a positive and significant relationship in the partial relationship, and showed a positive and significant mediating role of Customer Trust. The results showed that customer trust was influenced by 45.86% by customer satisfaction, customer loyalty was influenced by 57.06% by customer trust, and customer loyalty was influenced by 51.15% by customer satisfaction. These results indicate that Consumer Trust has a dominant influence on Customer Loyalty of E-commerces in DKI Jakarta. E-commerce companies are advised to continue to provide satisfaction and maintain customer trust so that customer loyalty to the company will be increase.

Keywords: *Customer Satisfaction, Customer Trust, Customer Loyalty, Digital Business, E-commerce, Online Shopping.*

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan variabel Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen. Penelitian dilakukan pada bulan Februari sampai Juli 2021 di Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi dan korelasi dengan Process v3.5, dengan jumlah responden sebanyak 230 responden. Pengolahan data menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan pada hubungan parsial, serta menunjukkan terjadi peran mediasi Kepercayaan Konsumen yang positif dan signifikan. Hasil penelitian menunjukkan Kepercayaan Konsumen dipengaruhi sebesar 45,86% oleh Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen dipengaruhi sebesar 57,06% oleh Kepercayaan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen dipengaruhi sebesar 51,15% oleh Kepuasan Konsumen. Hasil ini menunjukkan bahwa Kepercayaan Konsumen memiliki pengaruh yang dominan terhadap Loyalitas Konsumen *E-commerce* di DKI Jakarta. Perusahaan *E-commerce* disarankan untuk terus memberikan kepuasan dan menjaga kepercayaan konsumen agar loyalitas konsumen terhadap perusahaan semakin meningkat.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Konsumen, Loyalitas Konsumen, Bisnis Digital, *E-commerce*, *Online Shopping*.

DAFTAR ISI

	HAL
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pertanyaan Penelitian	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Kajian Teoritis.....	10
1. Kepuasan Konsumen.....	10
2. Kepercayaan Konsumen.....	13
3. Loyalitas Konsumen.....	17
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Hipotesis.....	23
D. Model Penelitian	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	27
B. Populasi, Sampel dan Metode Pengumpulan Data	27

C. Definisi Operasional Variabel.....	29
D. Teknik Analisis Data.....	33
E. Gambaran Umum Objek Penelitian	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data Penelitian	48
B. Pengolahan Data.....	70
C. Pengujian Hipotesis.....	82
D. Pembahasan Hasil Penelitian	90
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	95
B. Keterbatasan	97
C. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	HAL
Tabel 1.1 Jumlah pengunjung E-commerce di Indonesia	3
Tabel 1.2 Persentase provinsi dengan <i>online shopper</i> teraktif.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel Penelitian	34
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	36
Tabel 3.4 Skala Pengukuran Tanggapan Responden	36
Tabel 3.5 Interval Nilai Koefisien Korelasi	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	48
Tabel 4.2 Statistik Responden Variabel Kepuasan Konsumen.....	50
Tabel 4.3 Pernyataan 1 Variabel Kepuasan Konsumen	50
Tabel 4.4 Pernyataan 2 Variabel Kepuasan Konsumen	51
Tabel 4.5 Pernyataan 3 Variabel Kepuasan Konsumen	52
Tabel 4.6 Pernyataan 4 Variabel Kepuasan Konsumen	52
Tabel 4.7 Pernyataan 5 Variabel Kepuasan Konsumen	53
Tabel 4.8 Pernyataan 6 Variabel Kepuasan Konsumen	54
Tabel 4.9 Pernyataan 7 Variabel Kepuasan Konsumen	54
Tabel 4.10 Hasil Rekapitulasi Penilaian Variabel Kepuasan Konsumen	55
Tabel 4.11 Statistik Responden Variabel Kepercayaan Konsumen.....	56
Tabel 4.12 Pernyataan 1 Variabel Kepercayaan Konsumen.....	57
Tabel 4.13 Pernyataan 2 Variabel Kepercayaan Konsumen.....	57
Tabel 4.14 Pernyataan 3 Variabel Kepercayaan Konsumen.....	58
Tabel 4.15 Pernyataan 4 Variabel Kepercayaan Konsumen.....	59
Tabel 4.16 Pernyataan 5 Variabel Kepercayaan Konsumen.....	59
Tabel 4.17 Pernyataan 6 Variabel Kepercayaan Konsumen.....	60
Tabel 4.18 Hasil Rekapitulasi Penilaian Variabel Kepercayaan Konsumen	61
Tabel 4.19 Statistik Responden Variabel Loyalitas Konsumen.....	62
Tabel 4.20 Pernyataan 1 Variabel Loyalitas Konsumen.....	62
Tabel 4.21 Pernyataan 2 Variabel Loyalitas Konsumen.....	63
Tabel 4.22 Pernyataan 3 Variabel Loyalitas Konsumen.....	64
Tabel 4.23 Pernyataan 4 Variabel Loyalitas Konsumen.....	64
Tabel 4.24 Pernyataan 5 Variabel Loyalitas Konsumen.....	65
Tabel 4.25 Pernyataan 6 Variabel Loyalitas Konsumen.....	66
Tabel 4.26 Pernyataan 7 Variabel Loyalitas Konsumen.....	66
Tabel 4.27 Pernyataan 8 Variabel Loyalitas Konsumen.....	67
Tabel 4.28 Pernyataan 9 Variabel Loyalitas Konsumen.....	68
Tabel 4.29 Pernyataan 10 Variabel Loyalitas Konsumen.....	68

Tabel 4.30 Hasil Rekapitulasi Penilaian Variabel Loyalitas Konsumen	69
Tabel 4.31 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	73
Tabel 4.32 Hasil Uji Regresi dengan Process (X terhadap Y).....	77
Tabel 4.33 Hasil Uji Regresi dengan Process (Y terhadap Z)	78
Tabel 4.34 Hasil Uji Regresi dengan Process (X terhadap Z)	80
Tabel 4.35 Hasil Uji Statistik T (X terhadap Y)	83
Tabel 4.36 Hasil Uji Statistik T (Y terhadap Z).....	84
Tabel 4.37 Hasil Uji Statistik T (X terhadap Z).....	86
Tabel 4.38 Peran Mediasi / Pengujian Hipotesis Mediasi.....	87
Tabel 4.39 Hasil Pengujian Hipotesis	89

DAFTAR GAMBAR

	HAL
Gambar 2.1 Model Penelitian	26
Gambar 3.1 Logo perusahaan Shopee.....	42
Gambar 3.2 Logo perusahaan Tokopedia	45
Gambar 3.3 Logo perusahaan Lazada	46
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram X terhadap Y	71
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Histogram X dan Y terhadap Z	71
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas P-Plot X terhadap Y	72
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas P-Plot X dan Y terhadap Z	72
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
Gambar 4.6 Grafik Uji Statistik T Variabel X terhadap Y	84
Gambar 4.7 Grafik Uji Statistik T Variabel Y terhadap Z	85
Gambar 4.8 Grafik Uji Statistik T Variabel X terhadap Z	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Tabulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel X

Lampiran 3 : Tabulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y

Lampiran 4 : Tabulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Z

Lampiran 5 : Tabel r

Lampiran 6 : Tabel Distribusi t

Lampiran 7 : Output Pengolahan Data

Lampiran 8 : Output Hasil Uji Regresi Menggunakan Process

Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup