

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI PRIVASI DATA PENGGUNA, PERSEPSI
KEAMANAN AKUN PENGGUNA, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN TOKO *ONLINE* TOKOPEDIA**



Nama : Nur Hamid

Nim : 16414214

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2021

**PENGARUH PERSEPSI PRIVASI DATA PENGGUNA, PERSEPSI
KEAMANAN AKUN PENGGUNA, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN TOKO *ONLINE* TOKOPEDIA**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Persepsi Privasi Data Pengguna, Persepsi Keamanan Akun Pengguna, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan toko *online* Tokopedia

Nama : Nur Hamid

N I M : 16414214

Tempat, Tanggal Lahir : Penajam Paser Utara, 4 Mei 1998

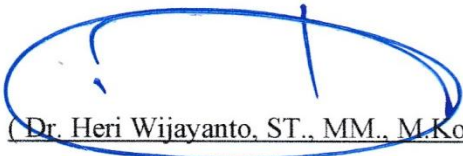
Program Studi : Manajemen

Isi format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 26 Juli 2021

Pembimbing I

Pembimbing II



(Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom)

(Eka Destriyanto Pristi A., S. AB., MM)

NIDN. 0025057401

NIDN. 0711128404

Mengetahui,

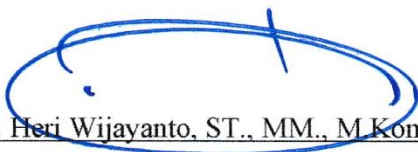
Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si)

NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji



(Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom)

(Adi Santoso, SE., MM)

(Siti Chamidah, SE., MM.)

NIDN. 0025057401

NIDN. 0727118803

NIDN. 0019057101

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Privasi Data Pengguna, Persepsi Keamanan Akun Pengguna, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan toko *online* Tokopedia. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer. Populasi didalam penelitian ini adalah sebagian dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2016. Sampel didalam penelitian ini sebanyak 85 responden. Teknik dalam penelitian ini menggunakan teknik *random sampling*. Pengambilan datanya ialah dengan cara menyebarkan kuesioner. Pengujian dalam penelitian ini meliputi uji instrument, uji analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Privasi Data Pengguna memperoleh nilai T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} ($2,163 > 1,988$) artinya berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, variabel Persepsi Keamanan Akun Pengguna memperoleh nilai T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} ($5,873 > 1,988$) artinya berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, kemudian variabel Kepercayaan memperoleh nilai T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} ($7,497 > 1,988$) artinya berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil uji F pada variabel Persepsi Privasi Data Pengguna, Persepsi Keamanan Akun Pengguna, dan Kepercayaan secara keseluruhan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci : Persepsi Privasi Data Pengguna, Persepsi Keamanan Akun Pengguna, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan.

MOTTO

**“JANGANLAH MENJADI ORANG YANG HANYA TAHU TENTANG ILMU
DUNIA SAJA, NAMUN LUPA DENGAN ILMU AKHIRAT.”**

*“Mereka hanya mengetahui yang lahir (tampak) dari kehidupan dunia, sedangkan
terhadap (kehidupan) akhirat mereka lalai. (Q.S. Ar Ruum : 7)”*



KATA PENGANTAR

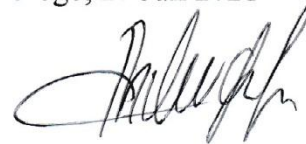
Alhamdulillah, segala puji dan syukur bagi Allah Tuhan semesta alam, yang telah memberi rezeki, nikmat, serta hidayah-Nya. Karena dengan izin-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI PRIVASI DATA PENGGUNA, PERSEPSI KEAMANAN AKUN PENGGUNA , DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TOKO *ONLINE* TOKOPEDIA” dengan lancar. Shalawat dan salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa petunjuk kepada ummatnya dari zaman jahiliyah menuju zaman yang islamiyah.

Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini atas doa, dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak serta rasa hormat kepada :

1. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si selaku Ketua Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM selaku Kaprodi S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom selaku Dosen Pembimbing I. Terima kasih atas bimbingan dan ilmu-ilmu pengetahuan yang diperoleh penulis selama mengerjakan tugas akhir.
4. Ibu Eka Destriyanto Pristi A, S. AB., MM selaku Dosen Pembimbing II. Terima kasih atas bimbingan dan ilmu-ilmu pengetahuan yang diperoleh penulis selama mengerjakan tugas akhir.

5. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua saya, Bapak Sutono dan Ibu Mariyam, terima kasih banyak atas do'a, dukungan, dan motivasinya yang selalu diberikan.
7. Kakak dan Adik kandung saya, Nur Hasan, Marhamah, Mardiyana, Siti Komariyah, Karunia Ira Wati, Nur Halim dan Haya' Nurul Fauziyyah yang telah memberikan doa, dukungan, dan nasehat.
8. Keluarga yang berada di Magetan dan di Wonogiri, yang telah memberikan bantuan, do'a, dan dukungan.
9. Sahabat-sahabat saya, Toni Abdul, Sinar Bayu, Al-ikhsan, dan Hadi Irawan yang telah memberikan bantuan serta dukungan dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Teman kelas Manajemen G Fakultas Ekonomi Angkatan 2016 saya mengucapkan terima kasih banyak.
11. Saudara/i Responden dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu terima kasih atas bantuannya dalam menyelesaikan tugas akhir ini dan semoga kebaikan kalian semua dibalas oleh Allah SWT.

Ponorogo, 26 Juli 2021



(Nur Hamid)

NIM. 16414214

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 26 Juli 2021



(Nur Hamid)
NIM. 16414214

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Abstrak	iii
Motto.....	iv
Kata Pengantar	v
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik Penelitian	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
a. Tujuan Penelitian	6
b. Manfaat Penelitian	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka	8
a. Manajemen Pemasaran.....	8
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	8
3. Bauran Pemasaran	9
b. Persepsi Privasi Pengguna	11
1. Pengertian Persepsi Privasi Pengguna	11
2. Fungsi Privasi.....	12
c. Persepsi Keamanan Akun Pengguna.....	13
1. Pengertian Persepsi Keamanan Akun Pengguna	13

d. Kepercayaan.....	13
1. Pengertian Kepercayaan.....	13
2. Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan	13
3. Faktor Yang Membentuk Kepercayaan	14
e. Kepuasan Pelanggan.....	15
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	15
2. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	16
B. Penelitian Terdahulu.....	18
C. Kerangka Pemikiran	19
D. Hipotesis.....	20

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian.....	23
a. Ruang Lingkup Penelitian.....	23
b. Populasi dan Sampel Penelitian	23
B. Metode Pengambilan Data	24
C. Definisi Operasional Variabel	27
D. Metode Analisis Data	29
1. Uji Instrumen	29
a. Uji Validitas	29
b. Uji Realibilitas	30
2. Uji Asumsi Klasik.....	31
a. Uji Normalitas	31
b. Uji Linearitas.....	31
3. Analisis Regresi Linier Berganda	32
4. Analisis Koefisiensi Determinasi	33
5. Uji Hipotesis	34
a. Uji T	34
b. Uji F	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	36
Profil Singkat Perusahaan	36
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	37
1. Karakteristik Responden	37
2. Deskripsi Variabel Penelitian	39
C. Uji Instrumen	42
1. Uji Validitas	42
2. Uji Realibilitas	44
D. Uji Asumsi Klasik	45
1. Uji Normalitas	45
2. Uji Linearitas	45
E. Analisis Regresi Linier Berganda	46
F. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	49
G. Uji Hipotesis	50
1. Uji T	50
2. Uji F	53
H. Pembahasan	55
1. Pengaruh Persepsi Privasi Data Pengguna (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	56
2. Pengaruh Persepsi Keamanan Akun Pengguna (X2) terhadap Kepuasan (Y)	57
3. Pengaruh Kepercayaan (X3) terhadap Kepuasan (Y)	57
4. Pengaruh Persepsi Privasi Data Pengguna (X1), Persepsi Keamanan Akun Pengguna (X2), dan Kepercayaan (X3) secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	58

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	60
B. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA	63
KUESIONER PENELITIAN	66
DATA JAWABAN RESPONDEN	69

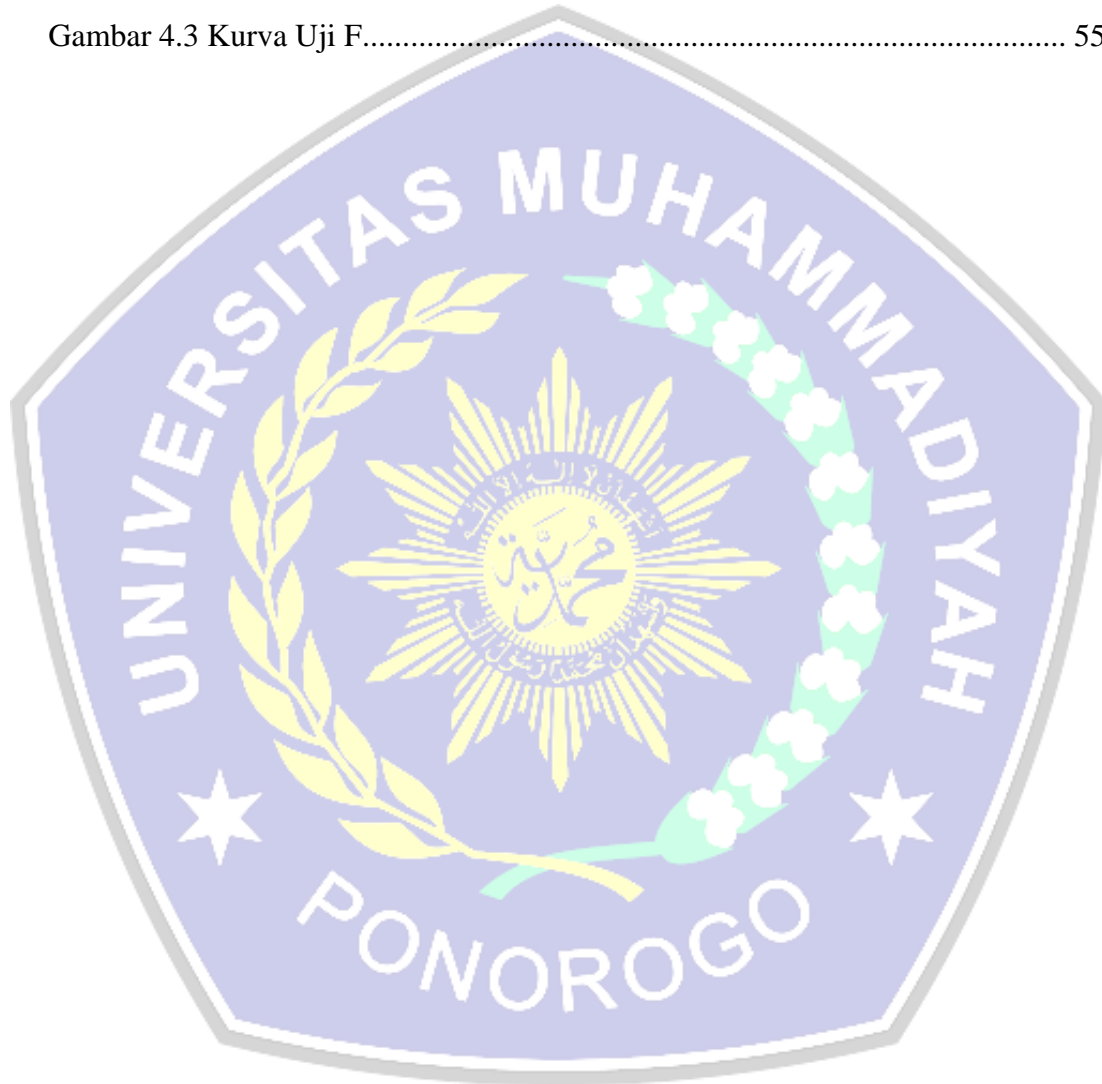


DAFTAR TABEL

Tabel 2.0 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 4.0 Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.1 Program Studi	38
Tabel 4.2 Frekuensi Berkunjung.....	38
Tabel 4.3 Hasil Variabel Persepsi Privasi Data Pengguna.....	39
Tabel 4.4 Hasil Variabel Persepsi Keamanan Akun Pengguna	40
Tabel 4.5 Hasil Variabel Kepercayaan.....	41
Tabel 4.6 Hasil Kepuasan Pelanggan.....	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Linieritas.....	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Persamaan Linier Berganda.....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	49
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Uji T	51
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Uji F	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.0 Kerangka Pemikiran Penelitian	19
Gambar 4.0 Kurva T Hitung Persepsi Privasi Data Pengguna	52
Gambar 4.1 Kurva T Hitung Persepsi Keamanan Akun Pengguna	52
Gambar 4.2 Kurva T Hitung Kepercayaan	53
Gambar 4.3 Kurva Uji F.....	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuisisioner Penelitian	66
Lampiran Data Jawaban Responden	69
Lampiran Frequency Descriptive Statistic	74
Lampiran Uji Validitas dan Realibilitas.....	80
Lampiran Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	85

