

**PENGARUH *E-TRUST*, *E-SERVICE QUALITY*, DAN *E-SATISFACTION*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA SHOPEE. (STUDI KASUS
PADA PENGGUNA SHOPEE DI PONOROGO)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Dewi Nurkhomaria

NIM : 18414678

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

TAHUN 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *E-Trust*, *E-Service Quality* dan *E-Satisfaction* Terhadap
Loyalitas Pelanggan Pada Shopee. (Studi Kasus Pada Pengguna
Shopee di Ponorogo)

Nama : Dewi Nurkhomaria

N I M : 18414678

Tempat Tanggal Lahir : Wonogiri, 02 Juni 2000

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah di setuju dan di nyatakan memenuhi syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Program Srata Satu (S-1) pada program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Ponorogo, 1 Agustus 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

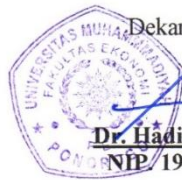


Siti Chamidah, SE.,MSi
NIDN. 0019057101



Dwi Wani Wahyuningsih, SE.,MM
NIDN. 0710048902

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, SE.,M.Si
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen penguji :



Siti Chamidah, SE.,MSi
NIDN. 0019057101



Titi Rapini, SE., MM
NIDN. 0005056301



Dr. Heri Wijavanto, ST.,MM.,M.Kom
NIDN. 0025057401

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *E-Trust*, *E-Service Quality*, Dan *E-Satisfaction* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Shopee. (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Ponorogo). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan peneliti. Tahap pengujian yang digunakan meliputi uji instrumen, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *E-Trust* secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, (2) *E-Service Quality* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, (3) *E-Satisfaction* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci : *E-Trust*, *E-Service Quality*, *E-Satisfaction*, Loyalitas Pelanggan



HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Pertama saya ajukan rasa puji syukur kepada Allah SWT. Yang telah memberikan ridho, kesehatan, kekuatan, kalenacaran dan kemudahan dalam proses penyelesaian skripsi ini dengan baik.
2. Nabi Muhammad SAW. Yang telah menjadi Khalifah dan suri tauladan menjadi inspirasi dan memotivasi penulis untuk terus berusaha dan instropeksi diri agar menjadi pribadi yang lebih baik.
3. Bapak Dr. Happy Susanto, S.E, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Naning Kristiyana, S.E, M.M, selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Ibu Siti Chamidah, S.E, M.Si, selaku dosen pembimbing I yang dengan ikhlas meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, membantu dan memberikan nasehat serta saran dalam menyusun skripsi.
6. Ibu Dwi Warni Wahyuningsih, S.E, M.M, selaku pembimbing II dengan ikhlas meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, membantu dan memberikan nasehat serta saran dalam menyusun skripsi.
7. Kedua Orang Tua, Adik, Kakak dan Keluarga Tercinta, penulis ucapkan terimakasih banyak atas doa, motivasi dan *support* yang selalui diberikan.
8. Kepada Sahabat dan teman-teman Manajemen 8B yang telah memberikan *support*, bantuan dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Ponorogo, 13 Juli 2022



Peneliti

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan mengucapkan puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *E-Trust*, *E-Service Quality*, Dan *E-Satisfaction* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Shopee. (Studi Kasus Pada Pelanggan Shopee di Ponorogo)”.

Penulis menyadari bahwa dalam terselesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan saran dari semua pihak. Dengan segala hormat dan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini khususnya:

1. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, S.E. M.M, selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Ibu Siti Chamidah, S.E, M.Si, selaku dosen pembimbing I yang dengan ikhlas meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, membantu dan memberikan nasehat serta saran dalam menyusun skripsi
4. Ibu Dwi Warni Wahyuningsih, S.E, M.M, selaku pembimbing II dengan ikhlas meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, membantu dan memberikan nasehat serta saran dalam menyusun skripsi
5. Segenap dosen Program Studi Manajemen, Karyawan Tata Usaha dan Perpuatakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo untuk ilmunya
6. Seluruh responden atas ketersediannya meluangkan waktu dan kerjasamanya

untuk mengisi kuesioner demi kelancaran skripsi ini

7. Kedua orang tua, kakak dan adik yang selalu menjadi alasan saya untuk bertahan dan berjuang serta mendukung saya baik secara moril maupun materil
8. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Anda semua
9. Terakhir, untuk diri saya sendiri terimakasih sudah berusaha dan bertahan serta percaya pada diri sendiri untuk berjuang dan menyelesaikan ini sampai akhir, terimakasih banyak

Dalam penulisan ini, peneliti telah berusaha sebaik mungkin namun peneliti menyadari masih ada kekurangan dalam penelitian ini, oleh sebab itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan dan peningkatan kualitas dalam penulisan dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkan serta penelitian ini dapat diteruskan lagi.

Wassalam 'allaikum Wr.Wb

Ponorogo, 13 Juli 2022



Peneliti

MOTTO

“Berjanjilah Padaku Bahwa Kamu Akan Selalu Ingat – Kamu Selalu Lebih Berani Dari Yang Kamu Yakini, Dan Kamu Lebih Kuat Dari Yang Terlihat, Dan Lebih Pintar Dari Yang Kamu Pikirkan”

- A. Milne



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan isi skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademisi di suatu Instansi 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, 13 Juli 2022



Dewi Nurkhomaria

(NIM 18414678)

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO	vii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	12
C. Tujuan dan Manfaat	12
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Landasan Teori	14
1. Manajemen Pemasaran.....	14
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	15
3. E-Commerce	17
4. Tahapan Pengambilan Keputusan	19
5. Loyalitas Pelanggan	25
6. <i>E-Trust</i>	28
7. <i>E-Service Quality</i>	30
8. <i>E-Satisfaction</i>	32
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Penelitian.....	39
D. Hipotesis	40
BAB III	47

METODE PENELITIAN	47
A. Ruang Lingkup Penelitian	47
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	47
1. Populasi Penelitian.....	47
2. Sampel Penelitian.....	48
D. Definisi Operasional Variabel	50
E. Metode Analisis Data.....	55
2. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	56
3. Koefisien Determinasi.....	57
4. Uji Hipotesis.....	58
BAB IV	61
HASIL DAN PEMBAHASAN	61
A. HASIL PENELITIAN	61
1. Gambaran Umum Perusahaan Shopee	61
2. Logo Perusahaan	62
3. Visi dan Misi Shopee	62
4. Gambaran Umum Responden	62
5. Deskripsi Tanggapan Responden.....	70
6. Hasil Analisis Data.....	80
B. PEMBAHASAN.....	90
BAB V	96
KESIMPULAN DAN SARAN	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1 Pangsa Pasar Pengguna <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	4
2. Tabel 2 Penelitian Terdahulu	29
3. Tabel 3 Karakteristik Berdasarkan Umur.....	58
4. Tabel 4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
5. Tabel 5 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	60
6. Tabel 6 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	61
7. Tabel 7 Karakteristik Berdasarkan Berapa Kali Pembelian Satu Bulan.....	62
8. Tabel 8 Karakteristik Berdasarkan Media Yang Digunakan	63
9. Tabel 9 Karakteristik Berdasarkan Barang Yang Sering Di Beli	64
10. Tabel 10 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan	66
11. Tabel 11 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Trust</i>	68
12. Tabel 12 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Service Quality</i>	70
13. Tabel 13 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Satisfaction</i>	73
14. Tabel 14 Hasil Pengujian Uji Validasi	75
15. Tabel 15 Hasil Pengujian Uji Reliabilitas.....	77
16. Tabel 16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	78
17. Tabel 17 Hasil Koefisien Determinasi.....	79
18. Tabel 18 Hasil Uji t (Persial)	80
19. Tabel 19 Hasil Uji f (Simultan)	84

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1 Kerangka Penelitian.....	34
2. Gambar 2 Logo Perusahaan.....	57
3. Gambar 3 Kurva Daerah Penolakan H_0 dan Penerimaan H_a	81
4. Gambar 4 Kurva Daerah Penolakan H_0 dan Penerimaan H_a	82
5. Gambar 5 Kurva Daerah Penolakan H_0 dan Penerimaan H_a	83
6. Gambar 6 Kurva Hasil Uji f (Simultan)	84



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	98
Lampiran 2 Data Responden.....	105
Lampiran 3 Jawaban Responden	110
Lampiran 4 Uji Validitas	119
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	121
Lampiran 6 Regresi Linier Berganda, Uji T, Determinasi, Uji F	122
Lampiran 7 Distribusi Nilai R Tabel	123
Lampiran 8 Distribusi Nilai T Tabel.....	125
Lampiran 9 Distribusi Nilai F Tabel.....	127

