

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *E-COMMERCE*
TOKOPEDIA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA
JURUSAN MANAJEMEN UNIVERSITAS
PENDIDIKAN GANESHA)**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA
2021**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**



Pembimbing I,

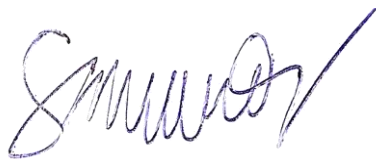
Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si
NIP. 197611102014042001

Pembimbing II,

Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si
NIP. 196810291993032001

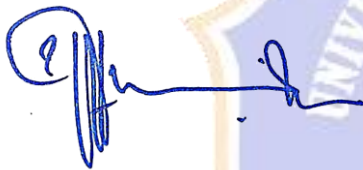
Skripsi oleh Ida Ayu Komang Trisna Mega Putri
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 11 Februari 2021

Dewan Penguji



Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si
NIP. 197611102014042001

(Ketua)



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si
NIP. 196810291993032001

(Anggota)



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M
NIP. 198505042015042001

(Anggota)



Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

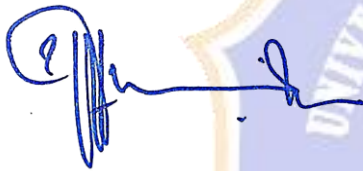
Pada :

Hari : Senin

Tanggal : 22 Februari 2021

Mengetahui,

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001

Sekretaris Ujian,



Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CPA
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan *E-commerce* Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha)” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam bidang keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.



PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa/Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena berkat rahmat dan karunianya lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan *E-commerce* Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, arahan, serta bantuan baik moral maupun material dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

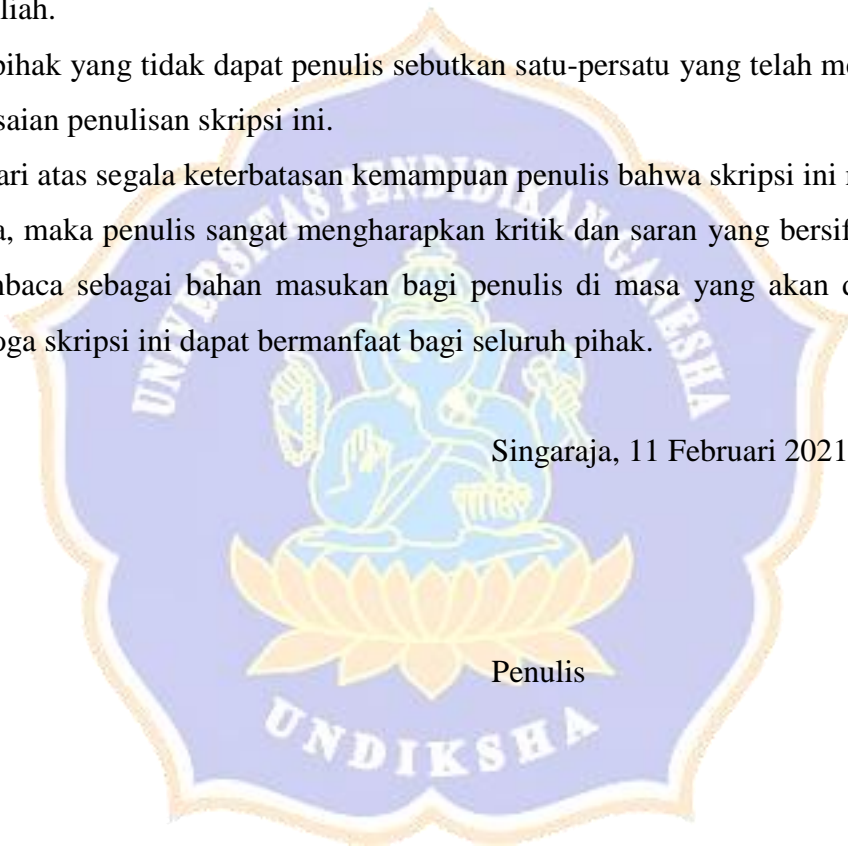
1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E, M.M. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen.
5. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, SE., M.Si. selaku Pembimbing I yang membimbing dengan penuh kesabaran, memberikan motivasi, saran dan penuh tanggung jawab, memberikan semangat mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si. selaku Pembimbing II yang dengan segala tanggung jawab dan kesabaran dalam memberikan bimbingan dan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen, Kepala Tata usaha serta staf di Jurusan Manajemen yang selalu mendidik dan memberikan saran selama penulis belajar di Program Studi Manajemen.
8. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku yang dibutuhkan selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Kedua orang tua saya, Ida Bagus Ketut Tilem dan Ida Ayu Mas Kemudawati dan Keempat Saudara saya, Ida Ayu Putu Neri Novita Dewi, Ida Ayu Made Dwinta Juniari, Ida Ayu Ketut Intan Widya Wahyuni dan Ida Ayu Putu Mas Pradnyani yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan serta doa yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

10. Pengurus HMJ Manajemen angkatan 2018/2019 dan 2019/2020, Pengurus Komisi Pemilihan Umum Undiksha Tahun 2019 yang telah banyak mengajarkan saya bagaimana cara berorganisasi sehingga dapat diterapkan di masyarakat nantinya.
11. Teruntuk sahabat baikku Chandra Kerisnadevi, Ni Ketut Megah Purnama Sari dan Ni Luh Saras Suratni terima kasih telah mendengarkan keluh kesahku selama perkuliahan, proses revisi, dan yang selalu saya repotkan tetapi tetap membantu selagi bisa, sama-sama berjuang dan fokus ingin mengejar wisuda periode Maret 2021.
12. Teman-teman “Mahasiswa Katanya Kelas C” terima kasih telah menemani dari awal perkuliahan sampai semester tua. Terima kasih kenangan indah kalian dan warna-warni masa kuliah.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Menyadari atas segala keterbatasan kemampuan penulis bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak.

Singaraja, 11 Februari 2021

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Pembatasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Deskripsi Teoretis	12
2.1.1 Loyalitas Pelanggan.....	12
2.1.1.1 Definisi Loyalitas Pelanggan	12
2.1.1.2 Dimensi Loyalitas Pelanggan	13
2.1.1.3 Indikator Loyalitas Pelanggan	14
2.1.2 Kepercayaan.....	15
2.1.2.1 Definisi Kepercayaan.....	15
2.1.2.2 Dimensi Kepercayaan	16
2.1.2.3 Indikator Kepercayaan	16
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	17
2.1.3.1 Definisi Kepuasan Pelanggan	17
2.1.3.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	18
2.1.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan	19
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	19
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	31
2.3.1 Hubungan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap	

Loyalitas Pelanggan	31
2.3.2 Hubungan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	31
2.3.3 Hubungan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	32
2.4 Kerangka Berpikir.....	34
2.5 Hipotesis Penelitian	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	36
3.2 Rancangan Penelitian.....	36
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	37
3.4 Subjek dan Objek Penelitian.....	38
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	38
3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	39
3.7 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	40
3.7.1 Pengujian Instrumen Penelitian.....	40
3.8 Metode dan Teknik Analisis Data.....	44
3.8.1 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda	46
3.8.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	46
3.9 Uji Hipotesis	47

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data.....	49
4.2 Pengujian Asumsi	51
4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.2.3 Analisis Koefisien Determinasi	58
4.3 Pengujian Hipotesis	59
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	60
4.5 Implikasi	65

BAB V PENUTUP	
5.1 Rangkuman	67
5.2 Simpulan	69
5.3 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	78



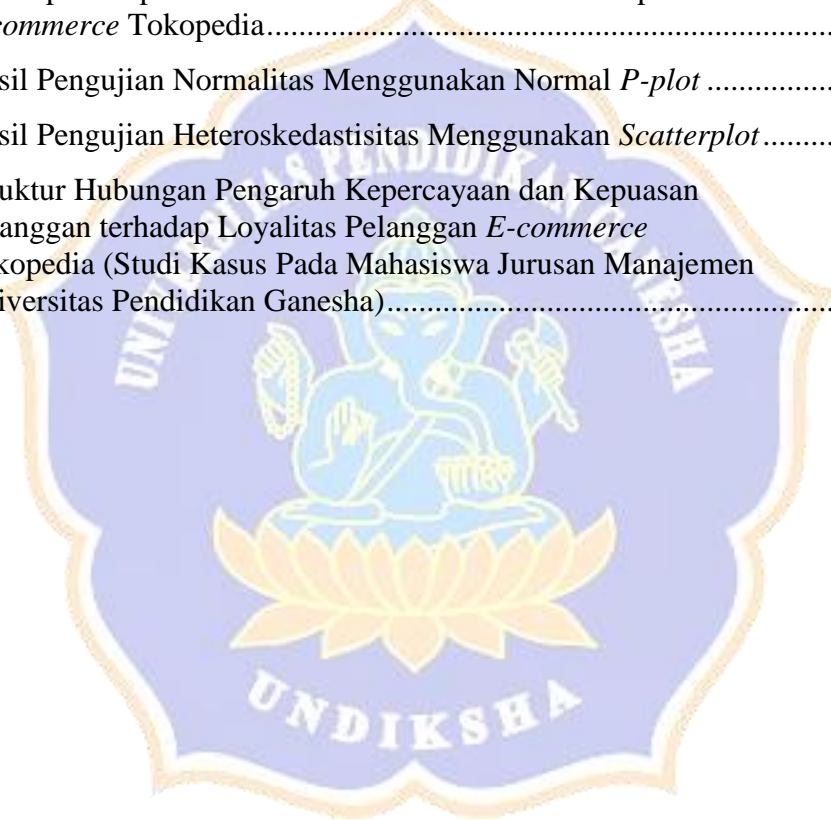
DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Index <i>E-commerce</i> di Indonesia Tahun 2016-2020.....	6
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	20
Tabel 2.1 (Lanjutan) Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	21
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Variabel, Indikator dan Skala Pengukuran.....	40
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas	42
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4.1 Hasil Uji Multikolonieritas	53
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 <i>E-commerce</i> dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III 2019.....	5
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan <i>E-commerce</i> Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha)	35
Gambar 4.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	49
Gambar 4.2 Deskripsi Responden berdasarkan Semester.....	50
Gambar 4.3 Deskripsi Responden berdasarkan Jumlah Transaksi pada <i>E-commerce</i> Tokopedia.....	51
Gambar 4.4 Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Normal <i>P</i> -plot	52
Gambar 4.5 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Menggunakan <i>Scatterplot</i>	55
Gambar 4.6 Struktur Hubungan Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan <i>E-commerce</i> Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha).....	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Top Brand Index <i>E-commerce</i> di Indonesia.....	78
Lampiran 02. Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 03. Data Kuesioner.....	83
Lampiran 04. Output SPSS.....	89

