

**FAKTOR PENENTU KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN  
LOYALITAS PELANGGAN SITUS *E-COMMERCE* SHOPEE**  
(Studi pada Pelanggan situs *E-commerce* Shopee di D.I Yogyakarta)

**DETERMINING FACTORS OF CUSTOMER  
SATISFACTION, TRUST AND LOYALTY OF THE  
SHOPEE E-COMMERCE SITE**  
(Study on Customer of Shopee E-commerce site at D.I Yogyakarta)



**Diajukan Oleh:**

**EPRIANI TRI PRASTIWI**

**20170410329**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2021**

**FAKTOR PENENTU KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN  
LOYALITAS PELANGGAN SITUS *E-COMMERCE*  
SHOPEE**

**(Studi pada Pelanggan situs E-commerce Shopee di D.I Yogyakarta)**

**DETERMINING FACTORS OF CUSTOMER  
SATISFACTION, TRUST AND LOYALTY OF THE  
SHOPEE E-COMMERCE SITE**

**(Study on Customer of Shopee E-commerce site at D.I Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas  
Muhammadiyah Yogyakarta



**Diajukan oleh:**

**EPRIANI TRI PRASTIWI**

**20170410329**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2021**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Epriani Tri Prastiwi

Nomor Mahasiswa : 20170410329

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **"FAKTOR PENENTU KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN SITUS *E-COMMERCE SHOPEE*"** merupakan replikasi dari jurnal Mustafa I. Eid dengan judul *"DETERMINANTS OF E-COMMERCE CUSTOMER SATISFACTION, TRUST, AND LOYALTY IN SAUDI ARABIA"* dan mendapatkan hasil bahwa loyalitas pelanggan *e-commerce* B2C di Arab Saudi sangat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan tetapi secara lemah dipengaruhi oleh kepercayaan pelanggan.



## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

Ibu dan Bapak tercinta

Almamaterku tercinta.

*Partner*, sahabat dan teman yang tetap setia menemani selama perkuliahan, Ferly Faulandika, M. Faezya Hafidz, Meynita A Cantika, Ade Kurniawati, Nada Amalia Uswatunisa, Nurul Fitria Hasannah, Susan Dwiya Lopa, Maulia Khairunnisa, Karima Endra Mufida, Raihan Dafa, Rahmi Eka Putri, Amila Aulia Sari dan seluruh anggota UKM Musik UMY yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan laporan Kuliah Kerja Lapangan dengan judul “Faktor Penentu Kepuasan, Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Situs *E-Commerce* Shopee” Tak lupa shalawat dan salam semoga tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW kepada keluarganya, para sahabatnya, para tabiin tabiatnya sampai kepada seluruh umatnya hingga akhir zaman. Amin.

Alhamdulillah, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Namun semua itu tidak terlepas dari dukungan, bimbingan dan bantuan dari semua pihak. Pada saat ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bapak Prof. Dr. Rizal Yaya S.E., M.Sc., AK, CA yang telah memberikan dukungan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan program studinya.
2. Kepala Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Ibu Retrno Widowati PA., M.Si., Ph.D yang telah memberikan dukungannya selama penulis menyelesaikan studi di universitas ini.
3. Kepada dosen pembimbing, Bapak Misbahul Anwar, SE., M.Si yang telah memberikan waktu dan tenaganya untuk membimbing dan memberikan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

4. Kepada kedua orang tua, Bapak dan Ibu yang selalu memberikan dukungan dan do'a terbaiknya selama proses pembelajaran sampai pada tahap akhir penyusunan skripsi.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik, saran serta pengembangan skripsi sangat diperlukan sehingga menjadi lebih baik selanjutnya dan dapat bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 15 Juni 2021

Penulis

Epriani Tri Prastiwi

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Penelitian</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Pertanyaan Penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	<b>5</b>
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	<b>6</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
<b>A. Landasan Teori</b> .....	<b>8</b>
1. <i>E-Commerce</i> .....	<b>8</b>
2. Kemudahan Penggunaan .....	<b>9</b>
3. Kualitas Informasi .....	<b>10</b>
4. Keamanan Yang Dirasakan .....	<b>11</b>
5. Privasi Yang Dirasakan .....	<b>11</b>
6. Kepuasan Pelanggan.....	<b>12</b>
7. Kepercayaan Pelanggan.....	<b>13</b>
8. Loyalitas Pelanggan .....	<b>14</b>
<b>B. Tinjauan Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>15</b>
<b>C. Pengembangan Hipotesis</b> .....	<b>18</b>
<b>D. Model Penelitian</b> .....	<b>26</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>27</b>

<b>A. Pendekatan Penelitian .....</b>	<b>27</b>
<b>B. Responden Penelitian.....</b>	<b>27</b>
<b>C. Setting Penelitian.....</b>	<b>27</b>
<b>D. Metode Penyempelan dan Sampel Penelitian.....</b>	<b>28</b>
<b>E. Jenis Data dan Metode pengumpulan Data.....</b>	<b>28</b>
<b>F. Identifikasi Variabel .....</b>	<b>30</b>
<b>G. Definisi Operasional.....</b>	<b>30</b>
<b>H. Pengujian Kualitas Instrumen .....</b>	<b>31</b>
1. Uji Validitas .....	32
2. Uji Reliabilitas.....	32
<b>I. Uji Hipotesis dan Teknik Analisis Data .....</b>	<b>33</b>
1. Regresi Linear Berganda .....	33
2. Uji Signifikansi Simultan (Uji – F) .....	35
3. Uji signifikansi Parsial ( Uji – t ) .....	36
4. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
<b>A. Gambaran Umum .....</b>	<b>37</b>
<b>B. Karakteristik Responden .....</b>	<b>38</b>
<b>C. Uji Kualitas Instrumen .....</b>	<b>40</b>
<b>D. Hasil Uji Statistik Deksriptif .....</b>	<b>43</b>
<b>E. Hasil Analisis dan Uji Hipotesis.....</b>	<b>47</b>
<b>F. Pembahasan dan Analisis Data.....</b>	<b>61</b>
<b>BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....</b>	<b>72</b>
<b>A. SIMPULAN .....</b>	<b>72</b>
<b>B. KETERBATASAN PENELITIAN.....</b>	<b>73</b>
<b>C. SARAN .....</b>	<b>74</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>84</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Awards Tahun 2020 Kategori Situs Belanja <i>Online</i> .....	2
Tabel 2. 1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	29
Tabel 3. 2 Definisi Operasional .....	30
Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan Data.....	38
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden.....	39
Tabel 4. 3 Uji Validitas .....	40
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas .....	42
Tabel 4. 5 Kategori Skor Mean.....	43
Tabel 4. 6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan .....	44
Tabel 4. 7 Hasil Statistik Deskriptif Kualitas Informasi .....	44
Tabel 4. 8 Hasil Statistik Deskriptif Keamanan Yang Dirasakan.....	45
Tabel 4. 9 Hasil Statistik Deskriptif Privasi Yang Dirasakan.....	45
Tabel 4. 10 Hasil Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan .....	46
Tabel 4. 11 Hasil Statistik Deksriptif Kepercayaan Pelanggan .....	46
Tabel 4. 12 Hasil Statistik Deksriptif Loyalitas Pelanggan .....	47
Tabel 4. 13 Hasil Regresi Linear Berganda Tahap 1 .....	48
Tabel 4. 14 Hasil Regresi Linear Berganda Tahap 2 .....	51
Tabel 4. 15 Hasil Regresi Linear Berganda Tahap 3 .....	53
Tabel 4. 16 Koefisien Determinasi Tahap 1 .....	55
Tabel 4. 17 Uji F Tahap 1 .....	56
Tabel 4. 18 Koefisien Determinasi Tahap 2 .....	57
Tabel 4. 19 Uji F Tahap 2 .....	58
Tabel 4. 20 Koefisien Determinasi Tahap 3 .....	58
Tabel 4. 21 Uji F Tahap 3 .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	26
Gambar 4. 1 Gambar Analisis Jalur .....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUISIIONER PENELITIAN .....	85
LAMPIRAN 2 UJI KUALITAS INSTRUMEN.....	100
LAMPIRAN 3 HASIL UJI STATISTIK DEKRIPTIF .....	108
LAMPIRAN 4 HASIL UJI ASUMSI KLASIK .....	110
LAMPIRAN 5 HASIL ANALISIS UJI REGRESI .....	115