

KATA PENGANTAR

Salam Sejahtera

Pertama-tama puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Karena selalu memberikan hikmat dan kebijaksanaan kepada kita, semua itu hanya karena kasih dan karunia-Nya, sehingga membuat penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu. Penulisan tugas akhir yang memiliki judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Customer Trust, Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Pada Pelanggan Shopee di Surabaya.” ini disusun guna untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya ini. Selain itu Penulis juga berharap bahwa hasil dari tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Penulis juga menyadari bahwa dalam pengungkapan, penyajian, dan tata Bahasa masih memiliki kekurangan dan jauhnya dari kesempurnaan dalam pengerjaan tugas akhir ini. Maka dari itu dengan kerendahan hati penulis menerima segala kritik dan saran dari semua pihak yang dapat membangun penulis terima untuk membantu menyempurnakan dan menjadi perbaikan untuk tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesainya penelitian ini hingga akhir. Adapun ucapan terimakasih ini ingin disampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Ronald, ST, MM, CSMA, CDM, PMA, selaku *Executive director dan Associate Dean* yang membantu saya selama masa perkuliahan selama saya berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya
2. Ibu Dr. Amelia, SE, RFP-I, MM, CSMA, selaku ketua Program Studi Manajemen yang membantu saya selama masa perkuliahan selama saya berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya
3. Ibu Dr. Amelia, SE, RFP-I, MM, CSMA, selaku dosen pembimbing pertama saya. Yang telah membantu, membimbing, memberi tenaga, serta memberikan dorongan kepada saya dari awal mengerjakan proposal, selama proses pengerjaan hingga penelitian ini selesai.

4. Bapak Hananiel M. Gunawan, BA, MBA., selaku pembimbing kedua saya yang telah membantu membimbing saya dalam mengerjakan tugas akhir ini hingga dapat selesai tepat pada waktunya. Tugas akhir yang telah diberikan ini dapat menambah ilmu dan wawasan penulis.
5. Bapak Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc., MM, selaku dosen penguji pertama saya yang juga membantu memberikan masukan kepada penulis untuk memperbaiki penelitian ini.
6. Ibu Dr. Oliandes Sondakh S.E., M.M, selaku penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan untuk memperbaiki penelitian ini.
7. Papa dan Mama saya yang telah senantiasa membantu, memberikan support dan selalu memiliki harapan dan doa yang terbaik untuk saya setiap saat sampai sekarang, sehingga pada akhirnya saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan tepat.
8. Kakak, adik dan saudara saya yang selalu membantu banyak hal dan menyemangati dalam kehidupan saya.
9. Selain itu saya juga mengucapkan terimakasih kepada teman-teman, sahabat, dan pihak-pihak lain yang juga membantu dalam kehidupan perkuliahan saya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Demikian yang dapat penulis sampaikan. Hanya doa yang dapat penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa sehingga atas segala kebaikan, dukungan dan perhatian yang telah diberikan kepada penulis hanya dapat terbalaskan. Penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat baik bagi penulis serta pihak-pihak yang berhubungan dengan tugas akhir ini. Segala kritik, saran dan masukan penulis siap menerimanya dengan kerendahan hati

Surabaya, 14 September 2020

Grace Isaily Liestyawan

DAFTAR ISI

halaman

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	
PERSUTUJUAN DOSEN PEMBIMBING	
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	14
1.3 Rumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian	17
1.5.1 Manfaat Teoritis	17
1.5.2 Manfaat Praktis.....	17
1.6 Sistematika Penulisan	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	20
2.1 Landasan Teori	20
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	20
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.1.3 <i>Customer Trust</i>	24
2.1.4 <i>User Interface Quality</i>	25
2.1.5 <i>Information Quality</i>	26
2.1.6 <i>Perceived Security</i>	28
2.1.7 <i>Perceived Privacy</i>	29
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Pengembangan Hipotesis	32
2.3.1 Pengaruh <i>User Interface Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	32
2.3.2 Pengaruh <i>User Interface Quality</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	33
2.3.3 Pengaruh <i>Information Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.3.4 Pengaruh <i>Information Quality</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	34
2.3.5 Pengaruh <i>Perceived Security</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	35
2.3.6 Pengaruh <i>Perceived Security</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	35
2.3.7 Pengaruh <i>Perceived Privacy</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	36
2.5.8 Pengaruh <i>Perceived Privacy</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	37
2.5.9 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	37
2.5.10 Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	38
2.4 Model Penelitian	39

2.5 Bagan Alur Berpikiran.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data	42
3.1.1 Jenis Penelitian	42
3.1.2 Jenis Data	42
3.2 Populasi dan Sampel	43
3.2.1 Populasi	43
3.2.2 Sampel	43
3.3 Metode Pengumpulan Data	45
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	48
3.5 Metode Analisis Data	49
3.5.1 Pengolahan Data	49
3.5.2 Pengujian Hipotesis	50
3.5.2.1 Uji Validitas	50
3.5.2.2 Uji Reabilitas	51
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik	52
3.5.2.4 Analisis Linier Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>)	54
3.5.2.5 Koefisien Korelasi	56
3.5.2.6 Koefisien Determinasi (R^2)	57
3.5.2.7 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	57
3.5.2.8 Uji Signifikansi Parsial (Uji-T).....	58
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Gambaran Umum Shopee.....	59
4.2 Analisis Data.....	60
4.2.1 Statistik Deskriptif	60
4.2.1.1 Karakteristik Responden	60
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	61
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.2.1.4 Tanggapan Responden	63
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	73
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i>	73
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	75
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Trust</i>	76
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>User Interface Quality</i>	78
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap <i>Information Quality</i>	79
4.2.2.7 Penjelasan Responden terhadap <i>Perceived Security</i>	81
4.2.2.8 Penjelasan Responden terhadap <i>Perceived Privacy</i>	82
4.2.3 Uji Validitas	84
4.2.4 Uji Reliabilitas	85
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi	86
4.2.5.1 Uji Normalitas	86
4.2.5.2 Uji Multikolinearitas	88
4.2.5.4 Uji Heterokedastisitas	90
4.3.5.4 Uji Linearitas	92
4.3 Metode Analisis Statistik.....	93
4.3.1 Analisis Regresi	93

4.3.1.1 Analisis Regresi Berganda	93
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi	99
4.3.2.1 Analisis Koefisien Korelasi untuk Hubungan UIQ, IQ, PS, PP*CS..	99
4.3.2.2 Analisis Koefisien Korelasi untuk Hubungan UIQ, IQ, PS, PP*C..	100
4.3.2.3 Analisis Koefisien Korelasi untuk Hubungan CS, CT*CL	100
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	100
4.4 Metode Pengujian Hipotesis	102
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	102
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji-T)	103
4.5 Pembahasan	106
BAB V KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	135
5.1 Kesimpulan	135
5.1.1 Kesimpulan Atas Hipotesis	136
5.1.1.1 Pengaruh <i>User Interface Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .	136
5.1.1.2 Pengaruh <i>User Interface Quality</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	137
5.1.1.3 Pengaruh <i>Information Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	138
5.1.1.4 Pengaruh <i>Information Quality</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	138
5.1.1.5 Pengaruh <i>Perceived Security</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	139
5.1.1.6 Pengaruh <i>Perceived Security</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	140
5.1.1.7 Pengaruh <i>Perceived Privacy</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	141
5.1.1.8 Pengaruh <i>Perceived Privacy</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	141
5.1.1.9 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	142
5.1.1.10 Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	143
5.1.2 Kesimpulan Atas Masalah Penelitian	145
5.2 Implikasi	146
5.2.1 Implikasi Teoritis	146
5.2.2 Implikasi Manajerial	147
5.3 Rekomendasi	154

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1.1 Logo Shope	4
Gambar 1.2 Rating Aplikasi	8
Gambar 1.3 Fitur Chat Penjual	9
Gambar 1.4 Fitur Hashtag Pada Pencarian	10
Gambar 1.5 Garansi dan Sistem Pembayaran Shopee	12
Gambar 2.1 Model Penelitian	39
Gambar 2.2 Bagan Alur Berpikir	40
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	59
Gambar 4.2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	62
Gambar 4.3 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Normalitas <i>Customer Satisfaction</i>	87
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Normalitas <i>Customer Trust</i>	87
Gambar 4.6 Scatterplot Uji Normalitas <i>Customer Loyalty</i>	88
Gambar 4.7 Uji Heterokedastisitas <i>Cutomer Satisfaction</i>	90
Gambar 4.8 Uji Heterokedastisitas <i>Cutomer Trust</i>	90
Gambar 4.9 Uji Heterokedastisitas <i>Cutomer Loyalty</i>	91
Gambar 4.10 Model Hasil Penelitian	106

DAFTAR TABEL

halaman

Tabel 1.1 Hasil Riset iPrice pada Q3 dan Q4 tahun 2019	6
Tabel 1.2 Daftar E-Commerce di Indonesia	7
Tabel 3.1 Desain Inti Kuisisioner	46
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	48
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi	57
Tabel 3.4 Rules of Thumb Tentang Ukuran Koefisien Determinasi	57
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	64
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	64
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	66
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Trust</i>	67
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>User Interface Quality</i>	68
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Information Quality</i>	70
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Security</i>	71
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Privacy</i>	72
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i>	74
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	75
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Trust</i>	77
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>User Interface Quality</i>	78
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Information Quality</i>	79
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived Security</i>	81
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived Privacy</i>	83
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i>	84
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	84
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Trust</i>	84
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel <i>User Interface Quality</i>	84
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Information Quality</i>	85
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Security</i>	85
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Privacy</i>	85
Tabel 4.25 Uji Reabilitas.....	85
Tabel 4.26 Uji <i>Kolmogrov Smirnof</i>	86
Tabel 4.27 Nilai Tolerance dan VIF	88
Tabel 4.28 Spearman Test Corelation	91
Tabel 4.29 Hasil Uji Linearitas	92
Tabel 4.30 Hasil Uji regresi Berganda UIQ, IQ, PS, PP*CS.....	93

Tabel 4.31 Hasil Uji regresi Berganda UIQ, IQ, PS, PP*CT	95
Tabel 4.32 Hasil Uji regresi Berganda CS, CT*CL.....	98
Tabel 4.33 Hasil Analisis Koefisien Korelasi I.....	99
Tabel 4.34 Hasil Analisis Koefisien Korelasi II	100
Tabel 4.35 Hasil Analisis Koefisien Korelasi III.....	100
Tabel 4.36 Hasil Analisis Koefisien Determinant I	100
Tabel 4.37 Hasil Analisis Koefisien Determinant II.....	101
Tabel 4.38 Hasil Analisis Koefisien Determinant III	101
Tabel 4.39 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	102
Tabel 4.40 Uji Signifikansi Parsial (Uji-T).....	103
Tabel 4.41 Indikator Variabel <i>Customer Trust</i>	120
Tabel 4.42 Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	122
Tabel 4.43 Indikator Variabel <i>Perceived Privacy</i>	124
Tabel 4.44 Indikator Variabel <i>User Interface Quality</i>	126
Tabel 4.45 Indikator Variabel <i>Information Quality</i>	128
Tabel 4.46 Indikator Variabel <i>Perceived Security</i>	130
Tabel 4.47 Indikator Variabel <i>Costumer Loyalty</i>	132
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	146
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	152

DAFTAR LAMPIRAN

halaman

LAMPIRAN A : KUESIONER	A-1
LAMPIRAN B : TABULASI DATA KUISIONER.....	B-1
LAMPIRAN C : HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....	C-1
LAMPIRAN D : HASIL TURNITIN	D-1

