



**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
KEPUASAN PELANGGAN TOKO *ONLINE* SHOPEE DI KUDUS**



Oleh:

**IVAN KARTENA**

2016-11-309

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**TAHUN 2020**



**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
KEPUASAN PELANGGAN TOKO *ONLINE* SHOPEE DI KUDUS**

Skripsi ini Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Jenjang  
Pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muria Kudus

Oleh:

**IVAN KARTENA**

2016-11-309

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**TAHUN 2020**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
KEPUASAN PELANGGAN TOKO *ONLINE* SHOPEE DI KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 26 Februari 2020

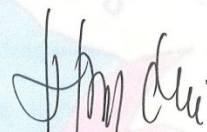
Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I



**Dina Lusianti, SE., MM., AAK**  
NIDN. 0630098401




**Dr. Manik Indaryani, MS**  
NIDN. 0628045901

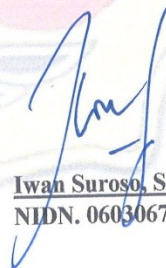
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



**Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM**  
NIDN. 0618066201



**Iwan Suroso, SE., MM**  
NIDN. 0603067701

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto:**

“Jika tidak terlahir secerdas orang lain, tidak dianugerahi kelimpahan fasilitas, maka jadilah insan pekerja keras yang pantang menyerah. Insyaallah akan menjadi pemenang”.

### **Persembahan:**

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan jalan dari berbagai urusan sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan lancar dan baik.
2. Kedua orang tuaku tercinta, bapak Bambang Sutejo dan ibu Siti Mudiana yang telah mendidiku dari kecil hingga sekarang, serta terimakasih atas segala dukungan doa dan materil selama ini. Terimakasih telah memberikan didikan selama ini untuk mengajarkan bahwa pendidikan lebih dari segalanya.
3. Adikku tersayang Tena Pardede yang sudah menjadi penyemangatku untuk terus belajar dan lebih giat mengerjakan skripsi.

4. Mbah Suliyem yang sudah memberikan dukungan serta membantu memperkuat moral dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabat yang selalu ada ketika membutuhkan bantuan dari kalian serta dapat memberikan support untuk mengerjakan skripsi ini, M. Deni Setiawan, Izzatul Farida, Hadid Nor Azizah, M. Jundan B, Desya dan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
6. Teman-teman BEM Fakultas Ekonomi angkatan 2017/2018 dan angkatan 2018/2019 yang telah banyak memberikan pengalaman berharga, serta memberikan saran dan juga motivasi untuk menuntut ilmu di Universitas Muria Kudus.
7. Teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2016.
8. Almamater Universitas Muria Kudus.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang sudah melmpahkan Rahmat serta Taufiq dan Hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan toko *online* Shopee di Kudus”. skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus di penuhi agar dapat melengkapi tugas akhir sekaligus persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. penulis sangat menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena it, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Suparno, SH., MS. Selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Dina Lusianti, SE, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Ibu Dr. Mamik Indaryani, MS, selaku dosen Pembimbing I yang sudah meluangkan waktu untuk membimbing dn engarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsin ini sampai selesai.
5. Bapak Iwan Suroso, SE, MM. Selaku dosen pembimbing II yang sudah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sampai selesai.

6. Bapak dan Ibu dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang sudah banyak sekali memberikan ilmunya kepada penulis.
7. Kedua orang tua dan saudara yang sudah memberikan doa, dukungan, semangat, serta kepercayaan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Seluruh teman penulis yang sudah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa di sebutkan penulis satu persatu.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sangat membangun dari pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan bagi pembaca serta dapat di jadikan sebagai referensi dan inspirasi.

Kudus, Februari 2020

Penulis

**Ivan Kartena**  
2016-11-309

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
KEPUASAN PELANGGAN TOKO ONLINE SHOPEE DI KUDUS**

Ivan Kartena  
201611309

Pembimbing: 1. Dr. Mamik Indaryani, MS  
2. Iwan Suroso, SE, MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kepercayaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan toko *online* Shopee di Kudus. sampel pada penelitian ini sebanyak 125 responden pelanggan toko *online* Shopee di Kudus dengan menggunakan analisis data SEM AMOS dan pengambilan sampel menggunakan *Snowball Sampling*. Pengumpulan data diperoleh dari dokumentasi perusahaan di Internet, wawancara dan penyerahan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** Kepercayaan, kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan



**EFFECT OF TRUST, PRODUCT QUALITY, AND SERVICE QUALITY  
ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION  
ONLINE SHOPEE SHOP IN KUDUS**

Ivan Kartena  
201611309

Pembimbing: 1. Dr. Mamik Indaryani, MS  
2. Iwan Suroso, SE, MM

**MURIA KUDUS UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY  
PROGRAMS**

**ABSTRACTION**

This study aims to examine the influence of trust, product quality, and service quality on customer loyalty through the satisfaction of Shopee's online shop at Kudus. The samples in this study were 125 respondents Shopee online shop in Kudus by using SEM AMOS data analysis and sampling using Snowball Sampling. Data collection was obtained from company documentation on the Internet, interviews and questionnaires. The results showed that Trust had a positive and not significant effect on customer satisfaction and trust had a positive and not significant effect on customer loyalty, product quality had a positive and significant effect on customer satisfaction and product quality had a negative and not significant effect on customer loyalty. Service quality has a negative and not significant effect on customer satisfaction and service quality has a negative and insignificant effect on customer loyalty. Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty

**Keywords:** Trust, product quality, service quality, customer satisfaction, customer loyalty

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup .....	10
1.3 Perumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Loyalitas Pelanggan .....	15
2.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	15
2.1.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	16
2.1.3 Tahap Pembentukan Loyalitas Pelanggan.....	17
2.1.4 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	18
2.2 Kepuasan Pelanggan .....	20
2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	20

2.2.2 Model Kepuasan Pelanggan .....	20
2.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	22
2.2.4 Indikator Kepuasan Pelanggan .....	23
2.3 Kualitas Pelayanan .....	24
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	24
2.3.2 Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan .....	25
2.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan .....	27
2.4 Kualitas Produk .....	29
2.4.1 Pengertian Kualitas Produk .....	29
2.4.2 Indikator Kualitas Produk .....	29
2.5 Kepercayaan .....	32
2.5.1 Pengertian Kepercayaan .....	32
2.5.2 Faktor Pembentuk Kepercayaan Pelanggan .....	33
2.5.3 Indikator Kepercayaan Pelanggan .....	34
2.6 Penelitian Terdahulu .....	35
2.7 Pengaruh Antar Variabel .....	39
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	44
2.9 Hipotesis .....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	48
3.2. Variabel Penelitian .....	48
3.2.1. Jenis Variabel .....	49
3.2.2. Definisi Operasional Variabel .....	50

3.3. Jenis Dan Sumber Data .....	55
3.4. Populasi dan Sampel .....	56
3.5. Pengumpulan Data .....	57
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	57
3.6.1 Uji Validitas .....	57
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	60
3.7. Pengolahan Data.....	61
3.7.1 <i>Scoring</i> .....	61
3.7.2 <i>Editing</i> .....	62
3.7.3 Tabulasi .....	62
3.8. Analisis Data .....	62
3.9. Uji Hipotesis.....	71
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>72</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	72
4.1.1 Sejarah Singkat <i>E-Commerce</i> Shopee Indonesia .....	72
4.1.2 Visi dan Misi .....	73
4.1.3 Profil dan Lembaga Status .....	73
4.2 Penyajian Data .....	74
4.2.1 Karakteristik Responden .....	74
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian .....	78
4.3 Analisi Data.....	82
4.3.1 Analisis Konfirmatori.....	83
4.3.2 Uji Normalisasi .....	88

4.3.3	Evaluasi <i>Outliers</i> .....	90
4.3.4	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) .....	91
4.3.5	Uji Hipotesis.....	92
4.3.6	Pengaruh Langsung ( <i>Direct</i> ) dan Pengaruh Tidak Langsung ( <i>Indirect</i> ) .....	96
4.4	Pembahasan.....	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		107
5.1	Kesimpulan .....	107
5.2	Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA .....		111
LAMPIRAN.....		



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung <i>e-commerce</i> Kuartal Kedua.....	4
Tabel 1.2 Data Pengunjung <i>e-commerce</i> Kuartal Ketiga.....	5
Tabel 1.3 Data Pengunjung <i>E-commerce</i> Kuartal I 2017 – Kuartal II 2019.....	6
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	75
Tabel 4.2 Umur Responden.....	75
Tabel 4.3 Domisili Kecamatan Responden.....	76
Tabel 4.4 Pengalaman Pembelian Responden.....	77
Tabel 4.5 Rekomendasi Responden saat Berbelanja.....	77
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan ( $X_1$ ).....	78
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk ( $X_2$ ).....	79
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ).....	80
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ).....	81
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y_2$ ).....	82
Tabel 4.10 Uji Model Goodness Of Fit Variabel Eksogen.....	84
Tabel 4.11 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen.....	85
Tabel 4.12 Uji Model Goodness Of Fit Variabel Endogen.....	87
Tabel 4.11 Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Faktor Endogen.....	88
Tabel 4.13 Uji Normalitas.....	89
Tabel 4.14 Analisis <i>Outlier</i> .....	90
Tabel 4.15 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Ekdogen.....	92

Tabel 4.16 <i>Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i> .....	93
Tabel 4.17 Hasil Estimasi <i>Direct Effect</i> .....	96
Tabel 4.18 Hasil estimasi <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i> .....	97
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi ( <i>Squared Multiple Correlation</i> ) .....	98



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis. ....	45
Gambar 4.1 Grafik Output Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen.....	85
Gambar 4.2 Grafik Output Analisis Konfirmatori Variabel Endogen. ....	88
Gambar 4.3 Pengujian Full Model SEM.....	94

