



**PENGARUH ETIKA BISNIS TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA (STUDI
KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA
KUDUS FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

JIAN SELIS HINTANG ANJASUMA

201911274

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH ETIKA BISNIS TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA (STUDI
KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA
KUDUS FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang
pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh:

JIAN SELIS HINTANG ANJASUMA

201911274

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

PENGARUH ETIKA BISNIS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
E-COMMERCE TOKOPEDIA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MURIA KUDUS FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS)

Nama : Jian Selis Hintang Anjasuma

NIM : 201911274

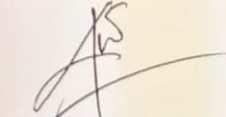
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

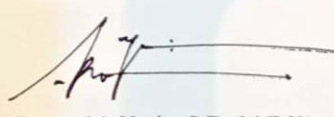
Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)

NIDN. 0628048702

Pembimbing II



(Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K)

NIDN. 0610019601

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M

NIDN. 0024037701

**PENGARUH ETIKA BISNIS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
E-COMMERCE TOKOPEDIA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MURIA KUDUS FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS)**

Nama : Jian Selis Hintang Anjasuma

NIM : 201911274

Program Studi : Manajemen

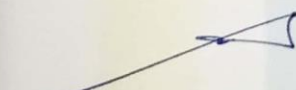
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Mengetahui,


Ketua Program Studi


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

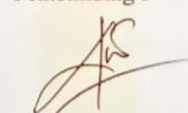
Mengetahui,

Dekan


(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)

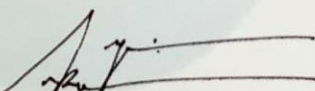
NIDN. 0616077304

Pembimbing I


(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)

NIDN. 0628048702

Pembimbing II


(Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K)

NIDN. 0610019601

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Kegagalan merupakan keberhasilan yang tertunda, untuk meraihnya jangan pantang menyerah dan selalu berusaha semaksimal mungkin untuk mendapatkannya.”

Persembahan:

Penulisan skripsi ini juga saya persembahkan kepada orang tua saya yang telah mendukung dan menyemangati saya dalam menyelesaikan skripsi ini dan untuk teman-temanku yang aku sayangi.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah hirobbil alamin segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT atas berkatNya penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *E-Commerce* Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis)” ini dapat diselesaikan guna memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Banyak pihak yang ikut berkontribusi dalam membantu menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya ucapkan banyak terima kasih kepada:

- Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus
- Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
- Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
- Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I dan Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
- Terakhir saya ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang ikut berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini tentunya jauh dari kata sempurna dan masih banyak kesalahan yang dilakukan oleh penulis saat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis meminta maaf sebesar-besarnya atas kesalahan yang

dilakukan oleh penulis. Penyusunan skripsi ini juga diharapkan bias bermanfaat bagi penulis dan pembaca serta semoga dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.



Kudus,
Penulis

2024

Jian Selis Hintang Anjasuma
NIM. 201911274

**PENGARUH ETIKA BISNIS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS)**

JIAN SELIS HINTANG ANJASUMA
201911274

Pembimbing 1: Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2: Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K

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

ABSTRAKSI

Etika bisnis digunakan sebagai salah satu dimensi untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh etika bisnis yang diterapkan oleh e-commerce terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menguji menggali faktor, kejujuran, kepercayaan, dan hubungan baik. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana sampel yang diambil sebanyak 145 responden yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus dengan menggunakan teknik purposive sampling. Data yang digunakan adalah data primer yaitu menyebarkan kuesioner secara langsung dalam bentuk daftar pertanyaan. Metode analisis penelitian dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keadilan, kejujuran, kepercayaan, dan hubungan baik secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan secara parsial variabel keadilan berpengaruh positif dan tidak signifikan. Lalu kepercayaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan sedangkan kejujuran dan hubungan baik berpengaruh positif dan signifikan.

Kata Kunci: etika bisnis, kepuasan pelanggan, keadilan, kejujuran, kepercayaan, hubungan baik

**THE INFLUENCE OF BUSINESS ETHICS ON CUSTOMER
SATISFACTION IN TOKOPEDIA E-COMMERCE (CASE STUDY ON
STUDENTS OF MURIA KUDUS UNIVERSITY FACULTY OF
ECONOMICS AND BUSINESS)**

JIAN SELIS HINTANG ANJASUMA
201911274

Mentor 1: Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2: Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF
MANAGEMENT**

ABSTRACT

Business ethics is used as a dimension to increase consumer satisfaction. This research aims to find out how business ethics applied by e-commerce influences consumer satisfaction. This research examines exploring factors, honesty, trust, and good relationships. This research is a quantitative research, where the sample taken was 145 respondents, namely students from the Faculty of Economics and Business, Muria Kudus University, using a purposive sampling technique. The data used is primary data, namely distributing questionnaires directly in the form of a list of questions. The research analysis method was carried out using multiple linear regression. The results of this research show that justice, honesty, trust and good relationships together have an effect on consumer satisfaction and partially the justice variable has a positive and insignificant effect. Then trust has a negative and insignificant effect, while honesty and good relationships have a positive and significant effect.

Keywords: business ethics, customer satisfaction, fairness, honesty, trust, good relationship

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	6
1.3. Rumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1.1. Pengertian.....	10
2.1.2. Faktor-Faktor dalam menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen.....	11
2.1.3. Manfaat Terciptanya Kepuasan Konsumen.....	12
2.1.4. Indikator.....	12
2.2. Etika bisnis.....	14
2.2.1. Pengertian.....	14
2.2.2. Prinsip Etika Bisnis.....	15
2.3. Pengaruh Antar Variabel.....	23
2.3.1. Pengaruh Keadilan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	23
2.3.2. Pengaruh Kejujuran Terhadap Kepuasan Konsumen.....	24
2.3.3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	24
2.3.4. Pengaruh Hubungan Baik Terhadap Kepuasan Konsumen.....	25
2.4. Penelitian Terdahulu.....	26
a. Kerangka Pemikiran teoritis.....	30
b. Hipotesis.....	31

BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1. Rancangan Penelitian	32
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	32
3.2.1. Jenis Variabel.....	32
3.2.2. Definisi Operasional Variabel	33
3.3. Jenis dan Sumber Data	37
3.4. Populasi dan Sampel	37
3.4.1. Populasi penelitian.....	37
3.4.2. Sampel penelitian.....	37
3.5. Pengumpulan Data	38
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.6.1. Uji Validitas.....	39
3.6.2. Uji Reliabilitas	39
3.7. Pengolahan Data.....	40
3.7.1. <i>Scoring</i>	40
3.7.2. <i>Editing</i>	40
3.7.3. <i>Tabulating</i>	40
3.7.4. <i>Analyzing</i>	40
3.7.5. <i>Concluding</i>	40
3.8. Analisis Data	41
3.8.1. Uji Asumsi Klasik.....	41
3.8.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
3.8.3. Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial (<i>t test</i>)	44
3.8.3. Uji Simultan (<i>F test</i>)	45
3.8.4. Analisis Koefisien determinasi (R^2).....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1. Gambaran Umum Tokopedia.....	46
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	47
4.2. Penyajian Data.....	49
4.2.1. Identitas Responden.....	49

4.3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	56
4.4. Analisis Data	61
4.4.1. Uji Asumsi Klasik.....	61
4.4.2. Analisis Regresi Linier Berganda	64
4.4.3. Pengujian Hipotesis dengan Uji parsial (<i>t test</i>).....	66
Berikut merupakan uji parsial (<i>t test</i>) yang telah dilakukan:	67
4.4.4. Uji Simultan (<i>F test</i>)	68
4.4.5. Analisis Koefisien Determinasi (<i>R²</i>).....	69
4.5. Pembahasan	69
4.5.1. Pengaruh keadilan terhadap kepuasan konsumen.....	69
4.5.2. Pengaruh kejujuran terhadap kepuasan konsumen	71
4.5.3. Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen	71
4.5.4. Pengaruh hubungan baik terhadap kepuasan konsumen.....	73
4.5.5. Pengaruh keadilan, kejujuran, kepercayaan, dan hubungan baik secara simultan terhadap kepuasan konsumen.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1. Kesimpulan.....	75
5.2. Saran	75
DAFTAR PUSAKA.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Profil Responden.....	49
Tabel 4.2 Deskripsi Hasil penelitian Keadilan.....	52
Tabel 4.3 Deskripsi Hasil penelitian Kejujuran	53
Tabel 4.4 Deskripsi Hasil penelitian Kepercayaan	54
Tabel 4.5 Deskripsi Hasil penelitian Hubungan Baik.....	55
Tabel 4.6 Deskripsi Hasil penelitian Kepuasan konsumen	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Keadilan	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kejujuran.....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kepercayaan.....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Hubungan Baik	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4.14 Uji T dan Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi.....	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Heterokedastitas	64
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	68
Tabel 4.19 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	31
---	----

