

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENYEDIA JASA  
*E-COMMERCE* BUKALAPAK**

(Studi Kasus Pelanggan Bukalapak UPN"Veteran" Jawa Timur)

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**Gabriel Jaya Saputra R.S**

**1642010117**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"JATIM  
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA**

**2020**

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA PENYEDIA JASA E-COMMERCE BUKALAPAK**

**Disusun Oleh:**

**Gabriel Jaya Saputra R. S**  
**NPM. 1642010117**


**Telah Disetujui Mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,**  
**PEMBIMBING**

  
**Dr. Ir Rusdi Hidayat N, ST, M.Si**  
**NIP. 196112241989031007**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

  
**Dr. Drs. EC. Gendut Sukarno, M.S, CHRA**  
**NIP. 195907011987031001**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN PADA PENYEDIA  
JASA E-COMMERCE BUKALAPAK**

Oleh :

**GABRIEL JAYA SAPUTRA R.S**  
NPM. 1642010117

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan  
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada tanggal 19 Juni 2020

Menyetujui,

**DOSEN PEMBIMBING**

**TIM PENGUJI**

1. Ketua

  
**Dr. Ir. Rusdi Hidayat N ST., M.Si**  
NIP. 196112241989031007

  
**Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si**  
NIP. 196805011994032001

2. Sekretaris

  
**Dr. Jojok Dwiridhotjahjono, S.Sos,MSi**  
NPT. 3 7011 95 00421

3. Anggota

  
**Dr. Ir. Rusdi Hidayat N ST., M.Si**  
NIP. 196112241989031007

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

  
**Dr. Drs. EC. Gendut Sukarno, M.S, CHRA**  
NIP. 195907011987031

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENYEDIA JASA  
E-COMMERCE BUKALAPAK.**

**Gabriel Jaya Saputra R. S**

**Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**

**[gabrieljayasaputra@gmail.com](mailto:gabrieljayasaputra@gmail.com)**

**ABSTRAK**

Tujuan Penelitian untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada penyedia jasa *e-commerce* Bukalapak dalam Kasus ini peneliti mengambil sampel di lingkungan UPN “Veteran Jawa Timur.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Bukalapak.com. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. yaitu teknik pengambilan sampel dengan karakteristik konsumen yang pernah melakukan pembelian pada Online Shop Bukalapak.com sebanyak 3 kali. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif per variabel dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan Hasil analisis menggunakan Uji t maka disimpulkan variabel Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap variable Loyalitas Pelanggan, Berdasarkan Hasil analisis menggunakan Uji t maka disimpulkan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap variable Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan Hasil analisis menggunakan Uji f maka disimpulkan variabel Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara bersama – sama (Simultan) dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada penyedia jasa *e-Commerce* Bukalapak.com yang Kasus penelitian di lingkungan konsumen UPN “Veteran Jawa Timur.

**Kata kunci:Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan .**

## **ABSTRACT**

**The purpose of this study was to determine the effect of Trust and Quality of Service on Customer Loyalty on Bukalapak e-commerce service providers in this case the researchers took samples in the UPN "Veteran of East Java.**

**This type of research is a descriptive study with a quantitative approach. Data collection techniques through the distribution of questionnaires to respondents. The population in this study is Bukalapak.com Consumers. The sampling technique uses purposive sampling method. the sampling technique with the characteristics of consumers who have made purchases on Bukalapak.com Online Shop 3 times. Data analysis techniques in this study used descriptive analysis techniques per variable and multiple linear regression analysis.**

**Based on the results of the analysis using the t test, it is concluded that the variable Trust has a partial effect on the Customer Loyalty variable. Based on the results of the analysis using the t test, it is concluded that the Service Quality variable has a partial effect on the Customer Loyalty variable. Based on the results of the analysis using the F test, the Trust and Quality of Service variables are jointly (simultaneously) influential and significant on Customer Loyalty to Bukalapak.com e-Commerce service providers.**

**Keywords: Trust, Service Quality, Customer Loyalty.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Penelitian Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penyedia Jasa E-Commerce Bukalapak”.

Penelitian skripsi ini di susun sebagai salah satu syarat untuk kelulusan pada program Strata-1 Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Ir. Rusdi Hidayat N, ST., M.Si, selaku dosen pembimbing Penelitian Skripsi yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini. Pada kesempatan ini peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada Yth :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, SE.,MS.,CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si, selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh dosen pengajar Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua orang tua yang selalu mendukung secara materil maupun non materil.
5. Humaira Salsa Ahadini, yang selalu menemani saya dalam suka duka.
6. Teman-teman saya yang telah memberikan semangat dan dorongan dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini, terkhusus Gala Septa, Januar Reza,

Afrizal Ramadan, Alfian Frismananda, Fariz Dermawan, Erik Widixdo, Rio Setiawan.

7. Seluruh rekan serta pihak yang ikut berpartisipasi dalam penyusunan laporan ini.

Penulis menyadari dalam laporan ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Hal ini disebabkan terbatasnya kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, perlu adanya kritik dan saran dari pihak pembaca. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Surabaya, Juni 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	i
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	i
DAFTAR TABEL.....	ii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Secara Teoritis.....	9
1.4.2 Secara Praktis .....	10
BAB II .....	11
TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1.    Penelitian Terdahulu.....	11
2.2    Landasan Teori.....	14
2.2.1 Pemasaran Jasa.....	14
2.2.1.1 Karakteristik Jasa .....	15
2.2.1.2 Bauran Pemasaran Jasa .....	16
2.2.2 Kepercayaan.....	19



2.2.2.1 Kepercayaan Konsumen Terhadap Atribut Produk .....	20
2.2.2.2 Indikator Kepercayaan.....	21
2.2.3 Kualitas Pelayanan .....	22
2.2.3.1 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	25
Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan .....	26
2.2.3.3 Faktor Kurangnya Kualitas Layanan .....	31
2.2.4 Loyalitas Pelanggan.....	35
2.2.4.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan .....	38
2.2.5 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan .....	43
2.2.6 Hubungan Kepercayaan dengan Loyalitas Pelanggan.....	44
2.2.7 <i>E-commerce</i> .....	45
2.2.7.1 Komponen <i>E-commerce</i> .....	45
2.3 Kerangka Berpikir .....	48
2.4 Hipotesis.....	49
<b>BAB III.....</b>	<b>51</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	51
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	51
3.2.1 Variabel Bebas .....	51

3.2.2 Variabel Terikat (Y) .....	53
3.3 Teknik Pengukuran Data .....	54
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel .....	55
3.4.1 Populasi.....	55
3.4.2 Sampel.....	56
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel.....	57
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	57
3.5.1 Jenis Data.....	58
3.5.2 Sumber Data.....	58
3.5.3 Metode Pengumpulan Data.....	59
3.6 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	59
3.6.1 Teknik Analisis Data .....	59
3.6.1.1 Uji Validitas .....	59
3.6.1.2 Uji Reliabilitas .....	61
3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....	62
3.6.2.1 Uji Normalitas.....	62
3.6.2.2 Uji Multikolinieritas.....	63
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	63
3.6.2.4 Uji Autokorelasi.....	64
3.6.3 Regresi Linear Berganda .....	66
3.6.4 Uji Hipotesis .....	67

3.6.4.1 Uji F (Simultan) .....	67
3.6.4.2 Uji t (Parsial).....	69
<b>BAB IV .....</b>	<b>117</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>117</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	117
4.1.1 Sejarah PT. Bukalapak.com.....	117
4.1.2 Profil Perusahaan.....	118
4.1.3 Logo Perusahaan .....	119
4.1.4 Visi Dan Misi .....	121
4.1.5 Struktur Perusahaan .....	122
4.1.6 Job Description Perusahaan.....	122
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	124
4.2.1 Hasil Deskripsi Responden.....	124
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia ....	125
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	125
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan / Uang Saku Per Bulan .....	126
4.2.2 Hasil Deskripsi Variabel Penelitian.....	127
4.2.2.1 Deskripsi Variabel Kepercayaan (X <sub>1</sub> ).....	127
4.2.2.2 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> ) .....	128
4.2.2.3 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) .....	131

<b>4.3</b>	<b>Teknik Analisis Data .....</b>	<b>133</b>
4.3.1	Uji Validitas .....	133
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	135
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	136
4.3.3.1	Multikolinieritas .....	136
4.3.3.2	Autokorelasi .....	137
4.3.3.3	Heteroskedastisitas .....	138
4.3.3.4	Uji Normalitas .....	140
4.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda .....	141
<b>4.4</b>	<b>Pengujian Hipotesis .....</b>	<b>142</b>
4.4.1	Uji F (Simultan).....	142
4.4.2	Uji T (Parsial) .....	144
<b>4.5</b>	<b>Pembahasan .....</b>	<b>148</b>
<b>4.5.1</b>	<b>Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan secara Simulthan .....</b>	<b>148</b>
<b>4.5.2</b>	<b>Pengaruh Kepercayaan Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan.....</b>	<b>148</b>
<b>4.5.3</b>	<b>Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Parsial Terhadap Loyalitas.....</b>	<b>149</b>
	<b>Pelanggan Secara Parsial .....</b>	<b>149</b>
<b>4.6</b>	<b>Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>150</b>

<b>BAB V.....</b>	<b>117</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>117</b>
<b>5.1    Kesimpulan .....</b>	<b>117</b>
<b>5.2    Saran.....</b>	<b>117</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>117</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>121</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Survey APJI Penetrasi Pengguna Internet.....	2
Gambar 1.2 Hasil Survey APJI Konten Paling Sering Digunakan .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	49
Gambar 3.1 Daerah Penerimaan/Penolakan Hipotesis secara Simultan..	69
Gambar 3.2 4.1 Kantor Pusat PT. Bukalapak.com .....	118
Gambar 4.2 Logo Perusahaan .....	119
Gambar 4.3 Struktur Perusahaan .....	122
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas .....	139
Gambar 4.5 Uji Normalitas.....	140
Gambar 4.6 Daerah Penerimaan $H_0$ dan Penolakan $H_0$ Uji F.....	144
Gambar 4.7 Kriteria Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Motivasi (X1).....	146
Gambar 4.8 Kriteria Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	147

## DAFTAR TABEL

<b>TABEL 2.1 Kualitas Layanan .....</b>	<b>25</b>
<b>TABEL 3.1 Skala Likert.....</b>	<b>55</b>
<b>TABEL 3.2 Kriteria Pengujian Durbin-Watson.....</b>	<b>65</b>
<b>TABEL 4.2 Persentase Usia Responden.....</b>	<b>125</b>
<b>TABEL 4.3 Persentase Jenis Kelamin Responden.....</b>	<b>126</b>
<b>TABEL 4.4 Persentase Pendapatan/ Uang saku Responden.....</b>	<b>126</b>
<b>TABEL 4.5 Jawaban Responden Variabel Kepercayaan (X1).....</b>	<b>127</b>
<b>TABEL 4.6 Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....</b>	<b>129</b>
<b>TABEL 4.7 Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....</b>	<b>131</b>
<b>TABEL 4.8 Uji Validitas Kepercayaan (X<sub>1</sub>).....</b>	<b>134</b>
<b>TABEL 4.9 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>).....</b>	<b>134</b>
<b>TABEL 4.10 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y).....</b>	<b>135</b>
<b>TABEL 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....</b>	<b>136</b>
<b>TABEL 4.12 Nilai <i>Variance Inflation Factor</i> Variabel Bebas.....</b>	<b>137</b>
<b>TABEL 4.13 Nilai Durbin Watson.....</b>	<b>138</b>
<b>TABEL 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....</b>	<b>141</b>
<b>TABEL 4.15 Hasil Perhitungan Uji.....</b>	<b>143</b>
<b>TABEL 4.16 Hasil Perhitungan Uji T.....</b>	<b>145</b>