

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN (*SATISFACTION*), KEPERCAYAAN (*TRUST*)  
DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN (*PERCEIVED EASE OF USE*) TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



**OLEH :**

**REVA NAMIRA SALSABILA**

**NPM. 18042010059**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA**

**2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN (SATISFACTION), KEPERCAYAAN (TRUST)  
DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN (PERCEIVED EASE OF USE) TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA E-COMMERCE TOKOPEDIA DI  
SURABAYA**

**Disusun Oleh :**

**REVA NAMIRA SALSABILA**  
**NPM. 18042010059**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,**

**PEMBIMBING**



**Budi Prabowo, S.Sos, M.M**  
**NIP. 196210161988031001**

**Mengetahui,**

**DEKAN**



**Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA**  
**NIP. 195907011987031001**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN (*SATISFACTION*), KEPERCAYAAN (*TRUST*) DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN (*PERCEIVED EASE OF USE*) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI SURABAYA**

Disusun Oleh :


**REVA NAMIRA SALSABILA**

**NPM. 18042010059**

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 18 Maret 2022**

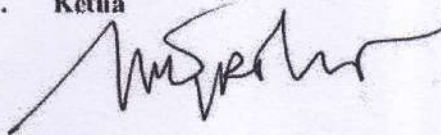
Menyetujui,

**PEMBIMBING**

  
**BUDI PRABOWO, S.Sos, MM**  
**NIP. 196210161988021001**

**TIM PENGUJI**

1. Ketua

  
**Dr. RUSDI HIDAYAT N, M.SI**  
**NIP. 196112241989031007**

2. Sekretaris

  
**Dr. JOJOK DWIRIDHOTJAHJONO, S.Sos, M.Si**  
**NPT. 370119500421**

3. Anggota

  
**BUDI PRABOWO, S.Sos, MM**  
**NIP. 196210161988031001**

Mengetahui,



**Dr. Drs. Gendut Sukarno, MS, CHRA**  
**NIP. 195907011987031001**

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas barakat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kepuasan (*Satisfaction*), Kepercayaan (*Trust*) dan Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna *E-Commerce* Tokopedia Di Surabaya”**

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis banyak mengucapkan terima kasih khususnya kepada Bapak Budi Prabowo, S.Sos,MM. selaku dosen pembimbing penelitian skripsi yang telah meluangkan waktu dengan memberikan arahan, motivasi, dan dukungan serta pihak-pihak yang telah banyak membantu dan membimbing penulis sampai tersusunnya skripsi ini.

Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si, selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Untuk ibu tercinta yang telah memberikan doa, dukungan dan motivasi agar tugas akhir ini cepat diselesaikan tepat waktu.
5. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2018 serta teman-teman lintas jurusan yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi agar segera terselesaikan dengan baik.

Akhir kata penulis berharap semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan penyusunan skripsi ini.

Surabaya, Januari 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori .....	15
2.2.1 Kepuasan ( <i>Satisfaction</i> ) .....	15
1. Pengertian Kepuasan.....	15
2. Indikator Kepuasan .....	16
2.2.2 Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) .....	17
1. Pengertian Kepercayaan .....	17
2. Indikator Kepercayaan.....	18
2.2.3 Kemudahan Penggunaan ( <i>Perceived Ease Of Use</i> ) .....	19
1. Pengertian Kemudahan Penggunaan .....	19
2. Indikator Kemudahan Penggunaan.....	20
2.2.4 Loyalitas Pelanggan ( <i>Customer Loyalty</i> ) .....	21
1. Pengertian Loyalitas .....	21
2. Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan .....	21

3. Indikator Loyalitas Pelanggan .....	22
2.2.5 E-Commerce (Electronic Commerce) .....	24
1. Pengertian <i>e-commerce</i> .....	24
2.3 Pengaruh Antar Variabel .....	25
2.3.1 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	25
2.3.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	26
2.3.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	27
2.4 Kerangka Konseptual .....	27
2.5 Hipotesis .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	31
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	31
3.3 Jadwal Penelitian .....	32
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	33
3.4.1 Definisi Operasional .....	33
3.4.2 Pengukuran Variabel.....	35
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	36
3.5.1 Populasi.....	36
3.5.2 Sampel .....	37
3.5.3 Teknik Penarikan Sampel .....	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.6.1 Sumber Data .....	39
3.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.7 Teknik Analisa Data .....	40
3.7.1 Uji Keabsahan Data .....	41
1. Uji Validitas .....	41
2. Uji Reliabilitas .....	41
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	42
1. Uji Normalitas Data .....	42
2. Uji Multikolinieritas.....	43
3. Uji Heteroskedastisitas .....	44

4. Uji Autokorelasi.....	44
3.7.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
3.7.4 Uji Hipotesis .....	46
1. Uji F (Simultan).....	46
2. Uji t (Parsial).....	47
3. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
4.1. Hasil Penelitian.....	49
4.1.1 Objek Penelitian.....	49
1. Sejarah Perusahaan .....	49
2. Logo Perusahaan.....	51
3. Visi, Misi dan Nilai Perusahaan .....	51
4. Lokasi Perusahaan .....	52
5. Tagline Perusahaan .....	53
6. Struktur Organisasi Perusahaan .....	53
7. Produk dan Layanan .....	54
4.1.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	57
4.1.2.1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden .....	57
1. Jenis Kelamin Responden.....	57
2. Usia Responden .....	58
3. Pendidikan Terakhir Responden.....	59
4. Pekerjaan Responden.....	60
5. Wilayah Responden .....	61
6. Penghasilan Responden .....	62
7. Penggunaan Aplikasi Tokopedia dan Transaksi Berbelanja.....	63
8. Lama Berlangganan .....	64
4.1.2.2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	65
1. Analisis Deskripsi Variabel Kepuasan .....	66
2. Analisis Deskripsi Variabel Kepercayaan .....	70
3. Analisis Deskripsi Variabel Kemudahan Penggunaan.....	75
4. Analisis Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	79



4.2. Analisis dan Uji Hipotesis .....	84
4.2.1 Uji Keabsahan Data .....	84
1. Uji Validitas .....	84
2. Uji Reliabilitas .....	86
4.2.2. Uji Asumsi Klasik.....	87
1. Uji Normalitas.....	87
2. Uji Multikolineritas.....	88
3. Uji Autokorelasi.....	90
4. Uji Heteroskedastisitas .....	91
4.2.3. Analisis dan Uji Hipotesis .....	92
4.2.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	92
4.2.3.2. Uji Hipotesis .....	95
1. Uji F (Simultan) .....	95
2. Uji t (Parsial).....	97
3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	101
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	102
1. Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna e-commerce Tokopedia di Surabaya .....	103
2. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna e-commerce Tokopedia di Surabaya .....	104
3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna e-commerce Tokopedia di Surabaya .....	104
4. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna e-commerce Tokopedia di Surabaya.....	105
4.4. Review Dengan Penelitian Terdahulu .....	106
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>112</b>
5.1. Kesimpulan.....	112
5.2. Saran .....	115

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Presentase Loyalitas Platform E-Commerce di Indonesia .....	6
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	32
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert.....	36
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	57
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Usia Responden .....	58
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Pendidikan Terakhir Responden.....	59
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden.....	60
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Wilayah Responden.....	61
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Penghasilan Responden .....	62
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Penggunaan Aplikasi Tokopedia & Transaksi Berbelanja .....	63
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Lama Berlangganan Tokopedia.....	64
Tabel 4.9 Analisis Deskripsi Variabel Kepuasan ( <i>Satisfaction</i> ) .....	66
Tabel 4.10 Analisis Deskripsi Variabel Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) .....	70
Tabel 4.11 Analisis Deskripsi Variabel Kemudahan Penggunaan ( <i>Perceived Ease Of Use</i> ) .....	75
Tabel 4.12 Analisis Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan ( <i>Customer Loyalty</i> )	80
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan .....	84
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan .....	85
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan .....	85
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan .....	86
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	87
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Normalitas .....	88
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Multikolinieritas .....	89
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Autokorelasi.....	90
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	93
Tabel 4.22 Hasil Uji F (Simultan).....	95
Tabel 4.23 Hasil Uji t (Parsial) .....	97

Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	101
Tabel 4.25 Hasil Review dengan Penelitian Terdahulu .....	106

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jawara Baru E-Commerce RI.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	28
Gambar 4.1 Brand Ambassador Tokopedia 2021 .....	50
Gambar 4.2 Logo Tokopedia .....	51
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Tokopedia.....	53
Gambar 4.4 Tampilan Home Aplikasi Tokopedia .....	54
Gambar 4.5 Pilihan Kategori Produk dan Investasi Asuransi di Tokopedia.....	55
Gambar 4.6 Layanan Pembayaran Tagihan dan Top Up .....	55
Gambar 4.7 Layanan Travel dan Entertainment .....	56
Gambar 4.8 Kolom Ulasan Pembeli.....	56
Gambar 4.9 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	91

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuisiner Penelitian .....	121
Lampiran 2 Tabulasi Data Karakteristik Responden .....	127
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden .....	135
Lampiran 4 Hasil Uji Analisis .....	140

## ABSTRAK

**REVA NAMIRA SALSABILA, 18042010059, Analisis Pengaruh Kepuasan (*Satisfaction*), Kepercayaan (*Trust*), Dan Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna E-commerce Tokopedia Di Surabaya.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Pengaruh Kepuasan (*Satisfaction*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna E-commerce Tokopedia di Surabaya, (2) Pengaruh Kepercayaan (*Trust*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna E-commerce Tokopedia di Surabaya, (3) Pengaruh Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna E-commerce Tokopedia di Surabaya.

Populasi pada penelitian ini adalah Masyarakat Surabaya. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebagai penelitian berjumlah 100 responden dengan kriteria : (1) Pengguna atau konsumen mempunyai aplikasi Tokopedia, (2) Pengguna Tokopedia yang berdomisili di wilayah Surabaya, (3) Pernah menggunakan atau melakukan transaksi pembelian minimal 1 kali melalui aplikasi Tokopedia. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan menggunakan aplikasi analisis data SPSS V20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan simultan antara variabel Kepuasan, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna E-commerce Tokopedia di Surabaya. Variabel Kepuasan dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna E-commerce Tokopedia di Surabaya. Sedangkan variabel Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh signifikan secara parsial namun berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna E-commerce Tokopedia di Surabaya.

**Kata Kunci : Kepuasan, Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Loyalitas Pelanggan.**

## **ABSTRACT**

**REVA NAMIRA SALSABILA, 18042010059, Analysis of the Effect of Satisfaction, Trust, and Perceived Ease Of Use on Customer Loyalty of Tokopedia E-commerce Users in Surabaya.**

This study aims to determine: (1) The Effect of Satisfaction on Customer Loyalty of Tokopedia E-commerce Users in Surabaya, (2) The Effect of Trust (Trust) on Customer Loyalty of Tokopedia E-commerce Users in Surabaya, (3) The Effect of Ease of Use (Perceived Ease Of Use) Towards Customer Loyalty of Tokopedia E-commerce Users in Surabaya.

The population in this study is the people of Surabaya. The sampling technique is purposive sampling technique. The sample used as the research is 100 respondents with the following criteria: (1) Users or consumers have the Tokopedia application, (2) Tokopedia users who are domiciled in the Surabaya area, (3) Have used or made a purchase transaction at least 1 time through the Tokopedia application. The data analysis technique in this study is multiple linear regression and hypothesis testing using the SPSS V20 data analysis application.

The results showed that there was a simultaneous positive and significant influence between the variables of Satisfaction, Trust, and Ease of Use on Customer Loyalty of Tokopedia E-commerce Users in Surabaya. The variables of Satisfaction and Trust have a positive and partially significant effect on Customer Loyalty of Tokopedia E-commerce Users in Surabaya. While the Ease of Use variable does not have a significant effect partially but has a positive effect on Customer Loyalty of Tokopedia E-commerce Users in Surabaya.

**Keywords: Satisfaction, Trust, Ease of Use, Customer Loyalty.**