

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKOPEDIA DI  
SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**TIFANI NADIF CITRAKARA**

**21012010077/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR**

**2025**

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKOPEDIA DI  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh:**

**TIFANI NADIF CITRAKARA**  
**21012010077/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR**

**2025**

**SKRIPSI**

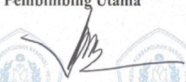
**PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKOPEDIA DI  
SURABAYA**

Disusun Oleh :

**TIFANI NADIF CITRAKARA**  
**21012010077/FEB/EM**

Telah Dipertahankan Dihadapan  
Dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur  
Pada Tanggal : 5 Agustus 2025

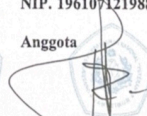
Pembimbing Utama

  
**Drs. Ec. Supriyono, M.M.**  
**NIP. 196106261988031001**

Tim Penguji  
Ketua

  
**Dra. Ec. Siti Aminah, M.M.**  
**NIP. 196107121988032001**

Anggota

  
**Ugy Soebivantoro, S.E., M.M.**  
**NIP. 196708182021211001**

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

  
**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP.**  
**NIP. 196304201991032001**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tifani Nadif Citrakara  
NPM : 21012010077  
Program : Sarjana(S1)  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur- unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 14 Agustus 2025  
Yang Membuat pernyataan



Tifani Nadif Citrakara  
NPM. 21012010077

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat merampungkan penyusunan Usulan Penelitian yang berjudul *“Pengaruh Customer Experience dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Tokopedia di Surabaya”*. Proses penyusunan penelitian ini tentu tidak terlepas dari berbagai tantangan dan hambatan. Namun, berkat arahan, dukungan, motivasi, serta doa dari banyak pihak, penulis dapat menyelesaikannya dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu.

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “ Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Kordinator Progdi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
4. Bapak Drs. Ec. Supriyono, SE.MM selaku dosen pembimbing yang selalu membantu dalam penyusunan skripsi ini.
5. Orang Tua yang selalu memberikan semangat serta selalu memberikan doa yang tak pernah putus.

6. Raynaldi Oktaviano Wardana yang menjadi penyemangat dan membantu untuk selalu termotivasi dalam menyusun skripsi ini.
7. Teman teman terkasih, Denisa, Nanda, dan Misel yang selalu memberi bantuan, dan menyemangati dalam menyusun skripsi ini.

## Daftar Isi

|                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Daftar Gambar .....</b>                                     | <b>v</b>  |
| <b>Daftar Tabel.....</b>                                       | <b>vi</b> |
| <b>BAB I.....</b>                                              | <b>1</b>  |
| <b>PENDAHULUAN.....</b>                                        | <b>1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang.....                                        | 1         |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                      | 11        |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                     | 12        |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                    | 12        |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis .....                                   | 12        |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                                    | 12        |
| <b>BAB II .....</b>                                            | <b>13</b> |
| <b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>                                  | <b>13</b> |
| 2.1 Penelitian Terdahulu.....                                  | 13        |
| 2.2 Landasan Teori .....                                       | 15        |
| 2.2.1 Definisi Manajemen Pemasaran .....                       | 15        |
| 2.2.2 Definisi perilaku konsumen .....                         | 15        |
| 2.2.3 Loyalitas Pelanggan.....                                 | 16        |
| 2.2.4 Definisi Customer Experience .....                       | 17        |
| 2.2.5 Definisi Kepercayaan.....                                | 19        |
| 2.3 Hubungan diantar variabel .....                            | 21        |
| 2.3.1 Hubungan diantara customer experience dan loyalitas..... | 21        |
| <b>BAB III.....</b>                                            | <b>24</b> |
| <b>METODE PENELITIAN .....</b>                                 | <b>24</b> |
| 3.1 Operasional dan Pengukuran Variabel .....                  | 24        |
| 3.1.1 Definisi Operasional Variabel .....                      | 24        |
| 3.2 Pengukuran variabel .....                                  | 27        |
| 3.2 Teknik penentuan sampel .....                              | 28        |
| 3.2.1 Populasi.....                                            | 28        |
| 3.2.2 Sampel .....                                             | 29        |
| 3.3 Teknik pengumpulan data .....                              | 30        |
| 3.3.1 Data primer .....                                        | 30        |
| 3.3.2 Data sekunder .....                                      | 30        |
| 3.3.3 Sumber Data .....                                        | 30        |

|                                                                       |           |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.3.4 Metode pengumpulan data.....                                    | 31        |
| 3.4 Uji validitas dan realibilitas.....                               | 31        |
| 3.4.1 Uji validitas.....                                              | 31        |
| 3.4.2 Uji Realibilitas .....                                          | 31        |
| 3.5 Teknik analisis dan uji hipotesis.....                            | 32        |
| 3.5.1 Teknik Analisis Data .....                                      | 32        |
| 3.6 Model indikator .....                                             | 32        |
| 3.6.1 Model indikator refelktif.....                                  | 32        |
| 3.7 Langkah-langkah PLS .....                                         | 33        |
| 3.7.1 Spesifikasi Model PLS.....                                      | 33        |
| 3.7.2 Tahapan dalam PLS.....                                          | 34        |
| 3.7.3 Asumsi dalam PLS.....                                           | 40        |
| 3.7.4 Pertimbangan dalam Menentukan Ukuran Sampel .....               | 40        |
| <b>BAB IV .....</b>                                                   | <b>41</b> |
| <b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                     | <b>41</b> |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....                                   | 41        |
| 4.1.1 Gambaran Umum Tokopedia.....                                    | 41        |
| 4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian.....       | 41        |
| 4.2.1 Karakteristik Responden.....                                    | 41        |
| 4.2.2 Deskripsi Variabel Customer Experience (X1).....                | 44        |
| 4.2.3 Deskripsi Variabel Kepercayaan (X2) .....                       | 47        |
| 4.2.4 Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....                           | 48        |
| 4.3 Analisis Data .....                                               | 50        |
| 4.3.1 Evaluasi Uji Outlier .....                                      | 50        |
| 4.3.2 Interpretasi Hasil PLS .....                                    | 52        |
| 4.3.4 Pengaruh Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan ..... | 61        |
| 4.3.5 Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan.....          | 62        |
| <b>BAB V.....</b>                                                     | <b>64</b> |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                     | <b>64</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....                                                   | 64        |
| 5.2 Saran.....                                                        | 64        |
| <b>Daftar Pustaka.....</b>                                            | <b>66</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                 | <b>71</b> |



### **Daftar Gambar**

|                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 pertumbuhan GMV e commerce.....                    | 1  |
| Gambar 1.2 Data Statistik E-commerce di Indonesia.....        | 3  |
| Gambar 1.3 Keluhan Pengalaman Pelanggan Tokopedia.....        | 5  |
| Gambar 1.4 Keluhan kedua Pengalaman Pelanggan Tokopedia.....  | 6  |
| Gambar 1.5 Keluhan Pelanggan Tokopedia di Media Konsumen..... | 9  |
| Gambar 2,1 Kerangka Konseptual.....                           | 23 |
| Gambar 3.1 Diagram Jalur.....                                 | 58 |

### **Daftar Tabel**

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Data Pengguna Tokopedia di Indonesia.....                 | 4  |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....   | 42 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....      | 43 |
| Tabel 4.3 Hasil Jawaban Responden Variabel Customer Experience..... | 44 |
| Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Variabel Kepercayaan.....         | 47 |
| Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan..... | 49 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Outlier Residuals Statistics.....               | 51 |
| Tabel 4.7 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....               | 52 |
| Tabel 4.9 Average Variance Extracted.....                           | 54 |
| Tabel 4.9 Cross Loading.....                                        | 55 |
| Tabel 4.10 Composite Realibility.....                               | 56 |
| Tabel 4.11 Latent Variabel Correlation.....                         | 57 |
| Tabel 4.12 R-Square.....                                            | 59 |
| Tabel 4.13 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values).....           | 60 |

## **Lampiran**

|                           |    |
|---------------------------|----|
| Lampiran Kuisisioner..... | 71 |
|---------------------------|----|

# **Pengaruh Customer Experience dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Tokopedia di Surabaya**

Oleh:

Tifani Nadif Citrakara

21012010077/FEB/EM

Customer experience dan kepercayaan menjadi dua faktor penting yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam dunia e-commerce, terutama di tengah meningkatnya persaingan platform belanja daring. Tokopedia sebagai salah satu marketplace terbesar di Indonesia menghadapi tantangan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, khususnya di Kota Surabaya yang merupakan wilayah dengan aktivitas digital tinggi dan pilihan platform yang beragam. Pengalaman pengguna yang kurang memuaskan serta isu terkait kepercayaan menjadi perhatian utama yang mendorong perlunya penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh customer experience dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia di Kota Surabaya.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui penyebaran kuesioner dibantu oleh google form kepada 100 responden yang telah bertransaksi minimal tiga kali selama 6 bulan terakhir di Tokopedia. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan bantuan software SmartPLS 3 melalui uji validitas, reliabilitas, dan pengujian hipotesis.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel customer experience dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia di Surabaya.

***Kata kunci; Customer Experiemce, Kepercayaan, Tokopedia, Loyalitas Pelanggan***