

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN,
DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
ONLSHOP DI SURABAYA**



OLEH :
SAMUEL TANUWIDJOJO
3103009037

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATHOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2013

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN,
DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
ONLSHOP DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**

**OLEH :
SAMUEL TANUWIDJOJO
3103009037**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2013**

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN,
DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
ONLSHOP DI SURABAYA**

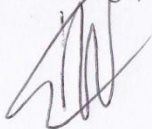
Oleh :

Samuel Tanuwidjojo

3103009037

Telah disetujui dan Diterima dengan Baik untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji untuk Sidang Akhir

Pembimbing I,




719113

Maria Goretti Temengkol, Dra.Ec.,MM.

Tanggal : 7/9/13

Pembimbing II,



Maria Mia Kristanti, SE, MM.

Tanggal : 12/9/2013

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Samuel Tanuwidjojo NRP: 3103006034

**Telah diuji pada tanggal : 27 September 2013 dan dinyatakan lulus
oleh Tim Penguji**

Ketua Tim Penguji :



(F.N. Hendro Susanto, SE., MM.)
NIK. 311.99.0365

Mengetahui :



Dekan,

(Dr. Lodovicus Lasdi, MM.)
NIK. 311.94.0207

Ketua Jurusan,



(Herlina Yoka Roida, SE., M.Com)
NIK. 311.99.0362

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya :

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Samuel Tanuwidjojo

NRP : 3103009037

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Onlshop di Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 27-09-2013



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Adapun maksud dan tujuan penulis menyusun skripsi ini adalah guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Jawa Timur. Dalam penulisan skripsi ini, dorongan bantuan dari berbagai pihak dirasakan sebagai semangat dan motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi., MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Herlina Yoka Roida,SE., M.Com selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dra.Ec.Maria Goretti Temengkol, MM dan Ibu Maria Mia Kristanti, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan petunjuk dan bimbingan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan sebaik-baiknya.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Orang tua, saudara-saudara tercinta dan orang-orang terdekat yang telah memberikan dorongan semangat serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Teman-teman mahasiswa yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga dengan bantuan yang telah diberikan kepada penulis akan mendapatkan imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa. Akhir kata, semoga skripsi ini berguna bagi pembacanya.

Surabaya, 27 September 2013
Penulis,

(Samuel Tanuwidjojo)

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|----------------|
| KATA PENGANTAR..... | i |
| DAFTAR ISI..... | iii |
| DAFTAR TABEL..... | vi |
| DAFTAR GAMBAR..... | vii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | viii |
| ABSTRAK..... | ix |
| BAB 1. PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 11 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 11 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 11 |
| 1.5 Sistematika Penulisan..... | 12 |
| BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN | |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 14 |
| 2.2 Landasan Teori..... | 16 |
| 2.2.1 Kualitas Layanan..... | 16 |
| 2.2.2 Kepercayaan Konsumen..... | 19 |
| 2.2.3 Kepuasan Konsumen..... | 21 |
| 2.2.3.1 Pengukuran Kepuasan Konsumen..... | 24 |
| 2.2.3.2 Manfaat Pengukuran Kepuasan Konsumen..... | 25 |
| 2.2.4 Loyalitas Konsumen..... | 26 |
| 2.2.5 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen..... | 28 |

| | |
|--|----|
| 2.2.6 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen..... | 30 |
| 2.2.7 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen..... | 31 |
| 2.2.8 E-Bisnis..... | 33 |
| 2.2.9 Kerangka Konseptual..... | 33 |
| 2.3 Hipotesis..... | 34 |
| BAB 3. METODELOGI PENELITIAN | |
| 3.1 Desain Penelitian..... | 35 |
| 3.2 Identifikasi Variabel..... | 35 |
| 3.3 Definisi Operasional Variabel..... | 35 |
| 3.4 Jenis dan Sumber Data..... | 38 |
| 3.5 Pengukuran Variabel..... | 39 |
| 3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data..... | 40 |
| 3.7 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel..... | 41 |
| 3.8 Teknik Analisis Data..... | 42 |
| BAB 4. ANALISI DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1 Karakteristik Responden..... | 47 |
| 4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian..... | 50 |
| 4.3 Uji Asumsi SEM..... | 56 |
| 4.3.1 Uji Normalitas..... | 56 |
| 4.3.2 Uji Kecocokan Keseluruhan Model..... | 58 |
| 4.3.3 Uji Kecocokan Model Pengukuran..... | 59 |
| 4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 62 |
| 4.5 Pengujian Kecocokan Model Struktural..... | 64 |
| 4.6 Pengujian Hipotesis..... | 66 |

| | |
|--|-----------|
| 4.7 Pembahasan..... | 67 |
| 4.7.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen OnLShop di Surabaya..... | 67 |
| 4.7.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen OnLShop di Surabaya..... | 69 |
| 4.7.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen OnLShop di Surabaya..... | 71 |

BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

| | |
|--------------------------|-----------|
| 5.1 Simpulan..... | 73 |
| 5.2 Saran..... | 74 |

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| Nomor | Halaman |
|-------|---|
| 1.1 | Pengguna internet di Indonesia.....2 |
| 1.2 | Sistem Transaksi dan Layanan dari OnLShop.....5 |
| 1.3 | Jenis Layanan yang ditawarkan OnLShop.....6 |
| 2.1 | Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....15 |
| 3.1 | <i>Sample Goodness-of-Fit Indices</i>43 |
| 4.1 | Jenis Kelamin.....47 |
| 4.2 | Usia.....48 |
| 4.3 | Pekerjaan.....48 |
| 4.4 | Frekuensi Belanja di OnLShop.....49 |
| 4.5 | Interval Rata - Rata Skor.....50 |
| 4.6 | Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Layanan.....51 |
| 4.7 | Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Konsumen.....53 |
| 4.8 | Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....54 |
| 4.9 | Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen.....55 |
| 4.10 | Pengujian Asumsi Normalitas Multivariat.....56 |
| 4.11 | Pengujian Asumsi Normalitas Univariat.....57 |
| 4.12 | Pengujian Kecocokan Keseluruhan Model.....58 |
| 4.13 | Uji Kecocokan Model Pengukuran.....59 |
| 4.14 | Uji Validitas.....62 |
| 4.15 | Uji Reliabilitas.....63 |
| 4.16 | Uji Kecocokan Model Struktural.....64 |
| 4.17 | Uji Hipotesis.....66 |

DAFTAR GAMBAR

| Nomor | Halaman |
|------------------------------|---------|
| 2.1 Kerangka Konseptual..... | 33 |

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor

- 1. Kuesioner**
- 2. Identifikasi Responden**
- 3. Mean Data Kuesioner**
- 4. Uji Normalitas**
- 5. Output Teks**
- 6. Output Gambar**
- 7. Data Kuesioner**

ABSTRAK

Kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) yang baik dan kepercayaan konsumen terhadap *online shop* dapat menimbulkan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen yang telah terbentuk, dapat menciptakan loyalitas konsumen terhadap *online shop*. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh dari kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen OnLShop.

Penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner menggunakan media elektronik kepada 150 orang konsumen OnLShop di Surabaya yang berusia minimal 17 tahun dan pernah berbelanja minimal 3 kali dalam 1 tahun terakhir. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model (SEM)*.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan konsumen terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen OnLShop. Kepuasan konsumen juga terbukti positif berpengaruh terhadap loyalitas konsumen OnLShop. Berdasarkan hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa semua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

Kata kunci : kualitas layanan, kepercayaan konsumen, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen.

ABSTRACT

Good electronic service quality (e-servqual) and consumer trust to the online shop can lead to customer satisfaction. Customer satisfaction that has been formed, it can create customer loyalty to online shop. This study aims to investigate the impact of service quality, trust, and customer satisfaction on customer loyalty OnLShop.

This research was done by distributing questionnaires using electronic media to the 150 customers of OnLShop Surabaya aged at least 17 years and have been shopped at least 3 times in last 1 year. Method of data analysis used in this study using the Structural Equation Model (SEM).

Results of the study showed that the e-service quality and customer trust proved positive impact on customer satisfaction OnLShop. Customer satisfaction is also proven positive effect on customer loyalty OnLShop. Based on the results obtained, it can be concluded that all the hypotheses proposed in this study have been accepted.

Key word: service quality, consumer trust, consumer satisfaction, consumer loyalty.