

**PENGARUH PRIVASI, DAYA TANGGAP, KEMUDAHAN PENGGUNAAN,  
KEANDALAN, KEEFISIENAN, KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
KESETIAAN PELANGGAN DENGAN PERILAKU KONSUMEN DALAM  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI BELANJA  
ONLINE SHOPEE**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (SI)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:**

**Rezky Nainggolan**

**NPM: 16 03 22509**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2022**

**PENGARUH PRIVASI, DAYA TANGGAP, KEMUDAHAN PENGGUNAAN,  
KEANDALAN, KEEFISIENAN, KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
KESETIAAN PELANGGAN DENGAN PERILAKU KONSUMEN DALAM  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI BELANJA  
ONLINE SHOPEE**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (SI)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:**

**Rezeky Nainggolan**

**NPM: 16 03 22509**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2022**



**SURAT KETERANGAN**

**No. 466/J/I**

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Rabu, 11 Mei 2022 dengan susunan penguji sebagai berikut:

1. Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. (Ketua Penguji)
2. Nadia Nila Sari, SE., MBA (Anggota)
3. Agnes Gracia Quita, SE., M.Sc. (Anggota)

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Rezeky Nainggolan

NPM 160322509

Dinyatakan

**Lulus Dengan Revisi**

Pada saat ini skripsi Rezeky Nainggolan telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.



Dekan,

Drs. Budi Suprpto, MBA.,  
Ph.D.

**Alamat**

Kampus III Gedung Bonaventura  
Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281

**URL**

<https://fbe.uajy.ac.id>

**Kontak**

Telepon : +62-274-487711 ext. 3120, 3127  
Fax : +62-274-485227  
Surel : [fbe@uajy.ac.id](mailto:fbe@uajy.ac.id)



**Skripsi**

**PENGARUH PRIVASI, DAYA TANGGAP, KEMUDAHAN PENGGUNAAN,  
KEANDALAN, KEEFISIENAN, KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
KESETIAAN PELANGGAN DENGAN PERILAKU KONSUMEN DALAM  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI BELANJA  
ONLINE SHOPEE**

**Disusun oleh:**

**Rezky Nainggolan**

**NPM: 16 03 22509**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**



**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph**

**Yogyakarta, 11 April 2022**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sungguh menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH PRIVASI, DAYA TANGGAP, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEANDALAN, KEEFISIENAN, KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KESETIAAN PELANGGAN DENGAN PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI BELANJA ONLINE SHOPEE**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Dari segala bentuk pernyataan ide, maupun kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung bersumber dari ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam bentuk kutipan dan daftar pustaka. Apabila di masa yang akan datang terbukti saya melakukan plagiasi sebagian maupun keseluruhan dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh akan dinyatakan batal dan akan dikembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 April 2022

Yang menyatakan



Rezeky Nainggolan

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Yaitu Tuhan Yesus Kristus, atas segala berkat dan kasih karunia-Nya sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan studi perkuliahan saya dan skripsi dengan judul “Pengaruh Privasi, Daya Tanggap, Kemudahan Penggunaan, Keandalan, Keefisienan, Kepuasan Pelanggan Terhadap Kesetiaan Pelanggan Dengan Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online Shopee.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis telah mengalami banyak hambatan dan kesulitan dimana tanpa adanya bantuan orang sekitar, penulis menyadari tidak dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus dan Allah Bapa serta Bunda Maria yang selalu menyertai, membimbing, menuntun, dan memberikan kekuatan sepanjang perjalanan hidup peneliti khususnya dalam penulisan skripsi ini.
2. Buat keluarga saya sebagai penulis, Sunarto Nainggolan (Bapak), Siti Rohani Sitompul (Ibu), Handayani Nainggolan (Kakak Pertama), Melva Luciana Nainggolan (Kakak Kedua), Mega Sari Nainggolan (Kakak Ketiga), Romaito Nainggolan (Kakak Keempat), Alvin Nainggolan (Adik), Andhika Sitanggang, Bagus Prayoga Sitanggang dan Revan Alviano Sitanggang (Ponakan). Terima kasih untuk doa, dukungan semangat nya, cinta kasih, pengorbanan serta nasihat yang selalu diberikan kepada saya sebagai penulis selama proses penulisan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. Selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah memberikan waktu, bimbingan, arahan, masukan, dan dukungan selama penelitian dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih atas kesabarannya dan kebaikan selama dalam membimbing penulis.

4. Segenap Dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Terima kasih atas ilmu, bimbingan, dan motivasi kepada peneliti selama ini.
5. Seluruh Responden Pengguna Aplikasi Shopee Daerah Istimewa Yogyakarta yang sudah memberikan waktunya dalam membantu pengisian kuesioner penulis.
6. Untuk sahabat kos saya yang selalu memberikan dukungan, motivasi, cinta kasih, dan kesabarannya serta energinya untuk saya dalam membantu menyelesaikan skripsi ini Gita Monica Sembiring, Sylvania Ginting, Clara Rossa, Meipiati Monalisa Ginting, Kelley Welvina, Dila Ajeng, Fransisca. Untuk sahabat saya yang begitu sangat baik, peduli dan perhatian kepada saya yaitu Maura Dyan Septa Aryani dan Aprilia Listiyani Lukita.
7. Untuk Teman – Teman Himpunan Mahasiswa Program Studi Manajemen UAJY khususnya Stefanie Eka Putri, Teresa Kristin Siburian, Meipiati Monalisa Ginting, Dyta Septiani Manurung, Aaron Widovan serta yang lain. Terima kasih untuk dukungan, motivasi, saran, nasihat, dalam menemani peneliti menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman – Teman baik yang selalu memberikan dukungan dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini Dyan, Lia, Stefani, Tere, Sylva, Gita, Clara, Mona, Dyta, Gesta, Berty, Kelley, Dila, Clara, Aaron, Ingrid serta yang lain.
9. Seluruh pihak yang telah membantu dan memberi dukungan kepada penulis, yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu namanya disini.

Saya sebagai penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan dalam berbagai hal. Oleh karena itu, saya sebagai penulis mengharapkan kritik dan saran untuk membantu dalam penyempurnaan tulisan ini. Saya sebagai penulis berharap melalui skripsi ini

dapat memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan terkait dengan perilaku konsumen dalam kepuasan belanja online. Terima kasih.

Yogyakarta, 11 April 2022

Peneliti,



Rezeky Nainggolan





## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“Segala perkara dapat kutanggung didalam Dia yang memberikan kekuatan kepadaku.”**

**Filipi 4:13**

Ingatlah bahwa Allah tidak memberikan ujian kepada umat nya melebihi batas kemampuan kita, tetapi Allah akan selalu memberikan kita kekuatan untuk melewati setiap ujian didalam hidup ini, asalkan kita tetap mau ikut jalan dan perintah Allah.Amin

-RN-

**“Hati yang gembira merupakan obat yang manjur, tetapi semangat yang patah mengeringkan tulang.”**

**Amsal 17:22**

***Skripsi ini kupersembahkan kepada:***

*Tuhan Yesus Kristus, Allah Bapa dan Bunda Maria,*

*Bapak, Ibu, dan adik-adikku tercinta,*

*Orang yang ku kasihi,*

*Sahabat dan teman-temanku,*

*Mereka yang membantuku dan keluargaku,*

*Mereka yang merendahkanku dan keluargaku.*

*Terima kasih!*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
ABSTRAK.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1. Kerangka Teori.....	12
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. <i>E-Commerce</i> .....	13
2.2.2. Kualitas Layanan Elektronik ( <i>E-Service Electronic</i> ).....	15
2.2.3. Kepuasan Konsumen Elektronik ( <i>E-Customer Satisfaction</i> )..	17
2.2.4. Loyalitas Pelanggan Elektronik (E-Customer Loyalty).....	20
2.3. Pengaruh <i>E-Customer Satisfaction</i> dan <i>E-Customer Loyalty</i> .....	21

2.4. Teori Perilaku Konsumen .....	26
2.4.1. Pentingnya Perilaku Konsumen.....	23
2.4.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen...	24
2.5. Pengertian Belanja <i>Online</i> .....	27
2.6. Pencarian Informasi <i>Online</i> .....	27
2.7. Teori Kepuasan Konsumen.....	31
2.7.1. Teori Kepuasan Pelanggan.....	29
2.7.2. Kesetiaan Pelanggan.....	30
2.8. Kualitas Layanan Elektronik.....	35
2.9. Penelitian Terdahulu.....	35
2.9. Pengembangan Hipotesis .....	41
2.10. Kerangka Pemikiran.....	38
2.11. Pengembangan Hipotesis.....	41
2.11.1. Pengaruh dimensi privasi / keamanan kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.....	41
2.11.2. Pengaruh dimensi daya tanggap kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam suatu elektronik.....	41.
2.11.3. Pengaruh dimensi kemudahan penggunaan kualitas layanan elektronik berdampak positif pada kepuasan pelanggan dalam lingkungan elektronik.....	41
2.11.4. Pengaruh dimensi keandalan kualitas layanan elektronik mempengaruhi_kepuasan pelanggan.....	41
2.11.5. Pengaruh dimensi keefisienan kualitas layanan elektronik berpengaruh_positif terhadap perbedaan kepuasan pelanggan.....	42
2.11.6. Pengaruh dimensi kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan di bawah pengaruh perbedaan gender.....	42

BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1. Lingkup Penelitian.....	43
3.2. Metode Penentuan Sampel.....	43
3.2.1. Populasi.....	43
3.2.2. Sampel.....	43
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	44
3.3.1. Data Primer.....	45
3.3.2. Data Sekunder.....	46
3.4. Metode Analisis Data.....	46
3.4.1. Definisi dan Konsep Dasar PLS.....	47
3.4.2. Penulisan dan Penggambaran Variabel.....	48
3.5. Analisis SEM dengan Efek Mediasi.....	51
3.6. Operasional Variabel.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
4.2. Analisis dan Diskusi.....	58
4.2.1. Respondent Descriptive.....	58
4.2.2. Evaluasi dari Pengukuran Model ( <i>Outer Model</i> ).....	63
4.3. Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1. Kesimpulan.....	81
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	81
5.3. Saran.....	82
5.4. Implikasi Manajerial.....	82

LAMPIRAN 1.....	97
LAMPIRAN 2.....	107
LAMPIRAN 3.....	155



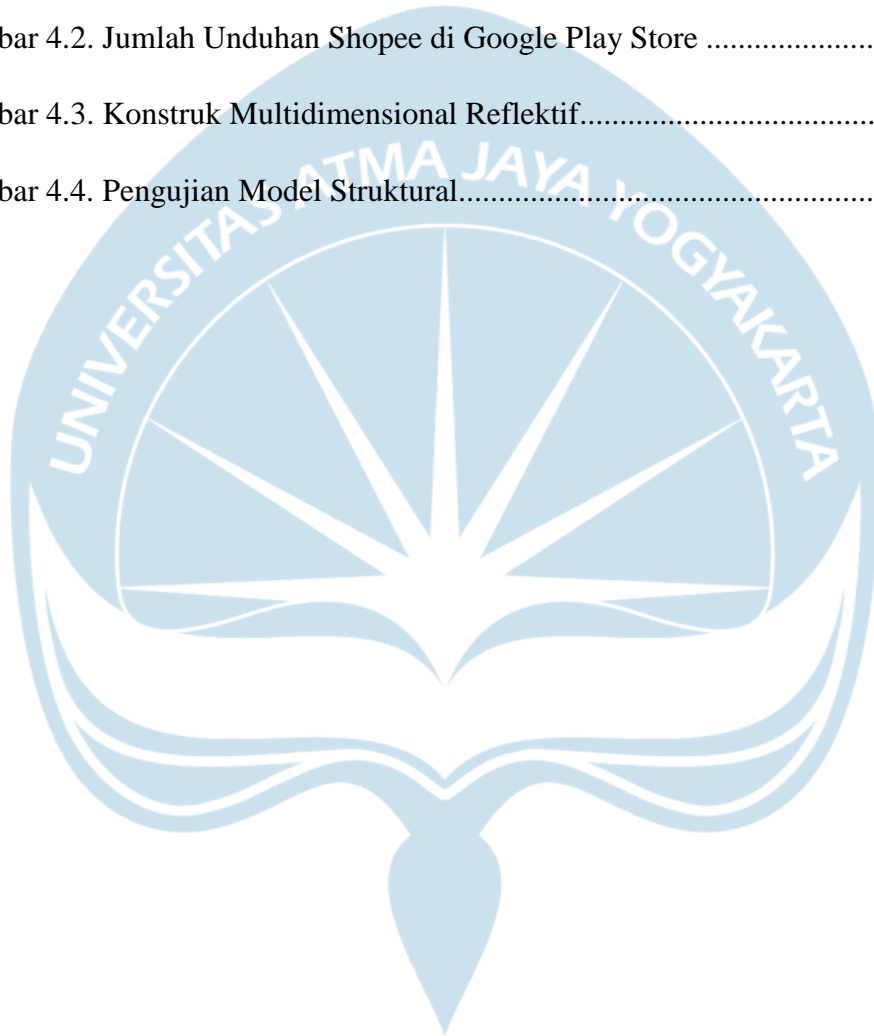
## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Pengguna Internet Global Januari 2017.....	1
Tabel 1.2. Data Pengguna Internet Global Agustus 2017.....	1
Tabel 1.3. Pengguna Jasa berdasarkan Wilayah Indonesia 2017.....	2
Tabel 1.4. Perkiraan Pengguna Internet Berdasarkan Usia.....	2
Tabel 1.5. Sepuluh Peringkat Tertinggi Pengunduh <i>E-Commerce</i> .....	3
Tabel 1.6. Sepuluh Peringkat Teratas E-Commerce di Indonesia.....	4
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.1. Skala Likert.....	46
Tabel 3.2. Operasional Variabel.....	51
Tabel 4.1. Responden berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.2. Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.3. Responden berdasarkan Tingkat Pekerjaan.....	59
Tabel 4.4. Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	60
Tabel 4.5. Responden berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	61
Tabel 4.6. Responden Berdasarkan Tingkat Frekuensi Penggunaan.....	62
Tabel 4.7. Nilai Loading Factor Construct Privacy.....	64
Tabel 4.8. Nilai Loading Factor Construct Daya Tanggap.....	64
Tabel 4.9. Nilai Loading Factor Construct Kemudahan.....	65
Tabel 4.10. Nilai Loading Factor Construct Keandalan.....	65
Tabel 4.11. Nilai Loading Factor Construct Keefisienan .....	65
Tabel 4.12. Nilai Loading Factor Construct Kepuasan.....	66

Tabel 4.13. Nilai Loading Factor Construct Kesetiaan Pelanggan.....	66
Tabel 4.14. Nilai Loading Silang ( <i>Cross Loading</i> ).....	67
Tabel 4.15. Hasil Validitas Diskriminan.....	67
Tabel 4.16. Hasil Uji Descriptif Variabel Privacy.....	69
Tabel 4.17. Hasil Uji Descriptif Variabel Daya Tanggap.....	70
Tabel 4.18. Hasil Uji Descriptif Variabel Kemudahan.....	71
Tabel 4.19. Hasil Uji Descriptif Variabel Keandalan.....	72
Tabel 4.20. Hasil Uji Descriptif Variabel Keefisienan.....	72
Tabel 4.21. Hasil Uji Descriptif Variabel Kepuasan.....	73
Tabel 4.22. Hasil Uji Descriptif Variabel Kesetiaan Pelanggan.....	74
Tabel 4.23. Hasil Uji R <sup>2</sup> Variabel Endogen.....	75
Tabel 4.24. Hasil Uji Path Coefficient.....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran dalam Penelitian.....	40
Gambar 4.1. Logo Shopee.....	56
Gambar 4.2. Jumlah Unduhan Shopee di Google Play Store .....	57
Gambar 4.3. Konstruk Multidimensional Reflektif.....	63
Gambar 4.4. Pengujian Model Struktural.....	76





**PENGARUH PRIVASI, DAYA TANGGAP, KEMUDAHAN PENGGUNAAN,  
KEANDALAN, KEEFISIENAN, KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
KESETIAAN PELANGGAN DENGAN PERILAKU KONSUMEN DALAM  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI BELANJA  
ONLINE SHOPEE**

**Disusun oleh:  
Rezky Nainggolan**

**Pembimbing:  
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**

**Program Studi Manajemen  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta  
Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor – faktor yang berpengaruh terhadap Pengaruh Privasi, Daya Tanggap, Kemudahan Penggunaan, Keandalan, Keefisienan, Kepuasan Pelanggan Terhadap Kesetiaan Pelanggan Dengan Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online Shopee. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah dengan pengambilan sampel melalui kuesioner yang akan dipilih oleh peneliti kepada responden yang menggunakan aplikasi belanja *online* yaitu Shopee. Selain tujuan penelitian sebelumnya, penelitian ini juga bertujuan untuk menjelaskan adanya pengaruh dalam kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruh kesetiaan pelanggan dalam *E-Commerce Shopee*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang akan dibagikan kepada responden pengguna aplikasi Shopee. Kriteria sampel dapat menjadi responden adalah orang-orang yang pernah belanja online di shopee. Subjek penelitian ini adalah 150-252 responden dan data analisis dilakukan dengan Partial Least Square (PLS).

**Kata Kunci:** Privasi, Daya Tanggap, Kemudahan Penggunaan, Keandalan, Keefisienan, Kepuasan Pelanggan, Kesetiaan Pelanggan, *E-Commerce*, Kualitas Layanan Elektronik, Perilaku Konsumen, Pengambilan Keputusan, Shopee.