

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA E-
COMMERCE SHOPEE**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun oleh:

Nicholas Juan Pradana

NPM: 200325336

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2024**

Skripsi

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI PADA E-COMMERCE SHOPEE**

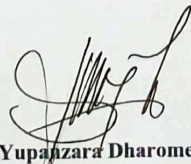
Disusun Oleh:

Nicholas Juan Pradana

NPM: 200325336

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Vonezyo Yupaizara Dharomesz, S.E., M.B.A.

Yogyakarta, 3 Juni 2024

Skripsi

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI PADA E-COMMERCE SHOPEE**


yang dipersiapkan dan disusun oleh:
Nicholas Juan Pradana
NPM: 200325336

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 9 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi Manajemen.

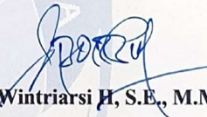
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

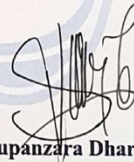
Anggota Panitia Penguji



Theresia Agung Maryudi Harsiwi, S.E., M.Si.



Debora Wintriarsi H., S.E., M.M., M.Sc.



Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A.

Yogyakarta, 22 Juli 2024
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

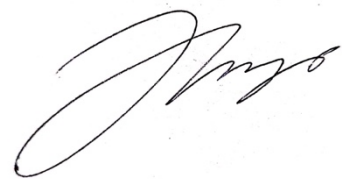
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA E-COMMERCE SHOPEE

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Setiap pernyataan, ide, maupun kutipan secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari ide atau tulisan orang lain telah dinyatakan secara tertulis pada skripsi ini dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta. 3 Juni 2024

Yang menyatakan,



Nicholas Juan Pradana

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena rahmat dan kemurahan-Nya yang selalu menyertai peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi prasyarat kelulusan dan memperoleh gelar sarjana manajemen (S1) pada Program Studi Manajemen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Peneliti hendak menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang berkontribusi dalam proses penyusunan skripsi ini. Hal ini dikarenakan peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari pihak-pihak tersebut, peneliti tidak dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dan lancar. Pihak-pihak tersebut yaitu:

1. Tuhan Yesus Kristus atas semua rahmat, hikmat, penyertaan dan kemurahan-Nya yang memampukan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A., sebagai dosen pembimbing yang telah sangat membantu dalam memberikan bantuan, pemahaman serta arahan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Keluarga peneliti yakni kedua orangtua peneliti serta koko dan cici yang selalu memberikan dukungan baik dalam doa dan materi yang memampukan peneliti dapat melangsungkan kuliah dan menyelesaikan skripsi ini.
4. Kekasih peneliti yaitu Sabrina Laura yang senantiasa memberikan dukungan bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat serta teman seperjuangan peneliti yaitu Gilbert, Elva, Alvin dan Angel yang telah membantu peneliti dalam banyak hal serta membawa sukacita bagi peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh responden yang mau meluangkan waktu mereka untuk berpartisipasi di dalam pengisian kuesioner yang sangat dibutuhkan oleh peneliti.

7. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh peneliti yang telah berkontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini yang disebabkan oleh keterbatasan dan kelemahan peneliti. Maka dari itu peneliti sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang diharapkan dapat diaplikasikan dalam penyusunan dari skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi seluruh pihak yang membaca.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	14
1.1. Latar Belakang	14
1.2. Rumusan Masalah	22
1.3. Tujuan Penelitian	22
1.4. Manfaat Penelitian	23
1.4.1. Manfaat Teoritis	23
1.4.2. Manfaat Praktis	23
1.5. Sistematika Penulisan.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	25
2.1. Landasan Teori.....	25
2.1.1. Kepuasan Konsumen.....	25
2.1.2. Kepercayaan Konsumen.....	26
2.1.3. Loyalitas Konsumen.....	27
2.1.4. Penelitian Terdahulu	27
2.2. Kerangka Penelitian	34
2.3. Pengembangan Hipotesis	35
2.3.1. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kepercayaan Konsumen ..	35
2.3.2. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen ...	36
2.3.3. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	37
2.3.4. Peran Kepercayaan Konsumen Dalam Memediasi Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1. Jenis dan Desain Penelitian.....	39
3.1.1. Jenis Penelitian.....	39
3.1.2. Desain penelitian.....	39
3.2. Objek, Subjek, dan Tempat Penelitian.....	40
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	40
3.4. Metode Sampling	41

3.5. Metode Pengumpulan Data	41
3.6. Definisi Operasional.....	42
3.7. Pengukuran Data	45
3.8. Metode Analisa Data	46
3.8.1. Statistik Deskriptif	46
3.8.2. Pengujian Instrumen.....	47
3.8.2.1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	47
3.8.2.2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	48
3.8.2.3. Uji Validitas	48
3.8.2.4. Uji Reliabilitas	49
3.8.2.5. Uji Hipotesis.....	49
3.8.2.6. Pengujian Mediasi.....	50
3.8.3. Metode Analisa Data.....	53
3.8.3.1. Partial Least Square (PLS).....	53
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1. Hasil Statistika Deskriptif	54
4.1.1. Distribusi Data	55
4.1.2. Profil Responden.....	55
4.1.2.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.1.2.2. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.1.2.3. Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	56
4.1.2.4. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	57
4.1.2.5. Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja Melalui Shopee	58
4.1.2.6. Profil Responden Berdasarkan Produk yang Seringkali Dibeli ...	58
4.1.2.7. Profil Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Berbelanja di Shopee Per Bulan	59
4.2. Analisis Deskriptif	59
4.2.1. Analisis Deskriptif pada Variabel Kepuasan Konsumen.....	60
4.2.2. Analisis Deskriptif pada Variabel Kepercayaan Konsumen.....	61
4.2.3. Analisis Deskriptif pada Variabel Loyalitas Konsumen.....	61
4.3. Analisis PLS-SEM	62
4.3.1. Model Pengukuran (Outer Model).....	63
4.3.1.1. Uji Validitas Konvergen	63
4.3.1.2. Uji Validitas Diskriminan	65
4.3.1.3. Uji Reliabilitas	67
4.3.2. Model Pengukuran (Inner Model).....	68
4.3.2.1. R-square	68
4.3.2.2. F-square.....	69
4.4. Pengujian Hipotesis.....	69
4.4.1. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kepercayaan Konsumen ..	70
4.4.2. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen ...	70
4.4.3. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	70
4.5. Uji Mediasi.....	71

4.5.1. Kepercayaan Konsumen Memediasi Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	71
4.6. Pembahasan Hipotesis.....	71
4.6.1. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kepercayaan Konsumen ..	71
4.6.2. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen ...	73
4.6.3. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	74
4.6.4. Kepercayaan Konsumen Memediasi Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	75
BAB V PENUTUP.....	78
5.1. Kesimpulan	78
5.2. Implikasi Manajerial	79
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	81
5.4. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Grafik Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia	15
Gambar 1. 2. Grafik Rata-rata Jumlah Kunjungan Pada 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia	19
Gambar 1. 3. Grafik Niat Belanja Berdasarkan Platform	20
Gambar 2. 1. Kerangka Penelitian	34
Gambar 3. 1. Analisis Mediasi	50
Gambar 3. 2. Alur Analisis	52
Gambar 4. 1. Model Struktural	63
Gambar 4. 2. Model Konstruksi	63
Gambar 4. 3. Peran Kepercayaan Konsumen Sebagai Mediator Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Jumlah UMKM di Negara ASEAN	17
Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1. Tabel Definisi Operasional	42
Tabel 3. 2. Tabel Pengukuran Skala Likert.....	46
Tabel 3. 3. Pembagian Interval Kelas	47
Tabel 4. 1. Pertanyaan Filter	55
Tabel 4. 2. Data Jenis Kelamin Responden.....	55
Tabel 4. 3. Data Usia Responden	56
Tabel 4. 4. Data Status Pekerjaan Responden.....	56
Tabel 4. 5. Rata-rata Pendapatan Responden Per Bulan.....	57
Tabel 4. 6. Frekuensi Belanja Responden Melalui Shopee Per Bulan.....	58
Tabel 4. 7. Data Produk yang Seringkali Dibeli Responden.....	58
Tabel 4. 8. Data Rata-rata Pengeluaran Responden Per Bulan	59
Tabel 4. 9. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	60
Tabel 4. 10. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Konsumen.....	61
Tabel 4. 11. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen.....	61
Tabel 4. 12. Nilai Loading Factor	64
Tabel 4. 13. Nilai Average Variance Extracted (AVE)	65
Tabel 4. 14. Nilai Cross Loading	65
Tabel 4. 15. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	67
Tabel 4. 16. R-Square.....	68
Tabel 4. 17. F-Square	69
Tabel 4. 18. Path Coefficients	69
Tabel 4. 19. Specific Indirect Effect	71

DAFTAR LAMPIRAN

1. 1. Pertanyaan Filter	89
1. 2. Data Responden	90
1. 3. Variabel Loyalitas Konsumen.....	92
1. 4. Variabel Kepuasan Konsumen.....	95
1. 5. Variabel Kepercayaan Konsumen.....	98
2. 1. Tabel Hasil Responden	100
3. 1. Model Struktural PLS-SEM.....	124
3. 2. Nilai Outer Loading	124
3. 3. Nilai Construct Reliability dan Validity	125
3. 4. Nilai Cross Loading	125
3. 5. Nilai R-Square.....	126
3. 6. Nilai F-Square	126
3. 7. Path Coefficients	126
3. 8. Specific Indirect Effects	126
4. 1. Jurnal Utama	127

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI PADA E-COMMERCE SHOPEE**

Disusun oleh:

Nicholas Juan Pradana

NPM: 200325336

Pembimbing:

Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A.

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel mediasi pada *e-commerce* Shopee. Responden pada penelitian ini berjumlah 210 responden, namun hanya terdapat 202 responden yang berhasil memenuhi kriteria dalam penelitian ini. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan skala Likert 5 poin. Pengumpulan data menggunakan platform *Google Forms* untuk menyusun kuesioner yang disebarakan melalui berbagai bentuk media sosial. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS 4.0. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terbukti berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen secara positif dan signifikan, kepercayaan konsumen terbukti berpengaruh terhadap loyalitas konsumen secara positif dan signifikan, kepuasan konsumen terbukti berpengaruh terhadap loyalitas konsumen secara positif dan signifikan serta kepercayaan konsumen terbukti memediasi secara parsial hubungan antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Konsumen, Loyalitas Konsumen, Shopee.