

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN MELALUI KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA
APLIKASI BELANJA ONLINE
FARMERS MARKET
KELAPA GADING**

Oleh :

Nama : **Natashia Christy**

NIM : **27130076**

Skripsi diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

d/h Institut Bisnis dan Informatika Indonesia (IBII)

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

APRIL 2017



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
MELALUI KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA
APLIKASI BELANJA ONLINE
FARMERS MARKET
KELAPA GADING**

Oleh :

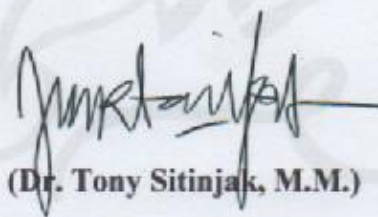
Nama : Natasha Christy

NIM : 27130076

Jakarta, 28 April 2017

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Dr. Tony Sitinjak, M.M.)

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

APRIL 2017

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dari Aplikasi Belanja Online terhadap kepuasan, kepercayaan dan loyalitas konsumen pada Farmers Market di Kelapa Gading” dengan baik. Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu pada Program Studi Manajemen Pemasaran di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Selesaiannya skripsi ini juga tak terlepas dari bimbingan, pengarahan, dan dorongan yang didapatkan peneliti dari pihak-pihak lain. Karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin memberikan hormat, penghargaan dan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Tony Sitinjak, M.M selaku dosen pembimbing selama pembuatan skripsi.
2. Dr. Saad Kelana Asnawi, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
3. Papi dan mami yang telah merawat dan memberikan dukungan yang begitu besar kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan studi Strata Satu di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
4. Sahabat-sahabat peneliti dari kepengurusan PD Maleakhi (Novi, Asprilia, Aileen, dan yang lainnya) dan juga senior-senior PD Maleakhi (Ci Onya, Ci Jessica, dan yang lainnya) yang telah memberikan dukungan moral dan doa selama pembuatan skripsi.
5. Teman-teman seperjuangan peneliti dalam mengerjakan skripsi, Alvin dan Toni.

Jakarta, 20 Februari 2017

Penulis

Hak cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin, menduplikasi, atau menyebarluaskan secara elektronik atau cetak tanpa izin dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
a. Pengutipan harus mencantumkan sumber: penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Abstrak

Natashia Christy / 27130076 / 2017 / Pengaruh Kualitas Layanan dari Aplikasi Belanja Online terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen pada Farmers Market Kelapa Gading / Pembimbing: Dr. Tony Sitinjak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar hubungan dan pengaruh penilaian kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan, kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap aplikasi belanja online Farmers Market Kelapa Gading. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas layanan, sedangkan variabel independennya adalah kepuasan konsumen, kepercayaan konsumen, dan loyalitas konsumen.

Teknik pengumpulan yang digunakan adalah menggunakan data primer berupa wawancara dan kuesioner. Teknik penyampelan dilakukan dengan menggunakan *judgemental* atau *purposive sampling*. Pengujian hipotesis melalui SEM atau *Structural Equation Modelling* dengan menggunakan software Lisrel 8.80 dari 210 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terbukti kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan dan kepercayaan konsumen secara signifikan. Kualitas layanan juga memberi pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, walaupun tidak signifikan. Kepuasan dan kepercayaan konsumen juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang hubungan antara kualitas layanan, kepuasan, kepercayaan dan loyalitas konsumen. Responden mayoritas adalah kalangan dewasa muda yang tinggal, berdomisili, atau bekerja di daerah Kelapa Gading, Jakarta. Berpendidikan tinggi, dengan gaya hidup menengah keatas.





Abstract

Natashia Christy / 27130076 / 2017 / The Effect of Service Quality of Farmers Market Online Shopping Application to Consumer Satisfaction, Trust, and Loyalty in Kelapa Gading Advisor : Dr. Tony Sitinjak.

This study aims to measure how much the relationship and influence from service quality assessment to satisfaction, trust and loyalty of consumers towards online shopping application on Farmers Market Kelapa Gading. Independent variables used in this study is the quality of service, while the independent variable is consumer satisfaction, consumer trust and consumer loyalty.

Collection technique used is to use primary data in the form of interviews and questionnaires. Mechanical Sampling is done by using judgmental or purposive sampling. Testing the hypothesis through SEM or Structural Equation Modelling using software Lisrel 8.80 on 110 respondents.

The results showed that the proven positive effect on the quality of service satisfaction and consumer confidence significantly. Quality of service is also a positive effect on customer loyalty, although not significant. Consumer satisfaction and consumer trust also proved positive and significant impact on customer loyalty.

This study provides in-depth understanding of the relationship between service quality satisfaction, trust and loyalty. Respondents in majority are young adults who live, domiciled, or work in Kelapa Gading, Jakarta. Highly educated, middleclass lifestyle.

DAFTAR ISI



Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB I. PENDAHULUAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Batasan Penelitian	7
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian	8

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teoritis	10
B. Penelitian Terdahulu	36
C. Rerangka Pemikiran	42
D. Hipotesis Penelitian	45

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Obyek Penelitian	46
B. Desain Penelitian	46
C. Variabel Penelitian	49
D. Teknik Pengumpulan Data	54
E. Teknik Pengambilan Sampel	55
F. Teknik Analisis Data	55

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





BAB IV. HASIL ANALISIS & INTERPRETASI DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	73
B. Analisis Deskriptif	74
C. Hasil Penelitian	106
D. Pembahasan	108

BAB V. KESIMPULAN & SARAN

A. Kesimpulan	111
B. Saran	112

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Perbedaan Karakteristik Produk dan Jasa	11
Gambar 2.2 Loyalitas Konsumen berdasarkan Sikap dan Perilaku Pembelian Ulang	33
Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran	45
Gambar 3.1 Model <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	70
Gambar 4.1 Hasil Pengujian <i>T-Value</i>	100

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	<i>The effect of channel quality inconsistency on the association between e-service quality and customer relationships</i>	36
Tabel 2.2	<i>Understanding online customers' ties to merchants: the moderating influence of trust on the relationship between switching costs and e-loyalty</i>	37
Tabel 2.3	<i>Determinants of E-Commerce Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty in Saudi Arabia</i>	38
Tabel 2.4	<i>Electronic service quality in online shopping and risk reduction strategies</i>	39
Tabel 2.5	<i>Female online shoppers: Examining the mediating roles of e-satisfaction and e-trust on e-loyalty development</i>	40
Tabel 2.6	<i>The Role of Customer Satisfaction in Mediating Marketing Communication effect on Customer Loyalty</i>	41
Tabel 3.1	Tabel Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan	50
Tabel 3.2	Tabel Operasionalisasi Variabel Kepuasan Konsumen	51
Tabel 3.3	Tabel Operasionalisasi Variabel Kepercayaan Konsumen	52
Tabel 3.4	Tabel Operasionalisasi Variabel Loyalitas Konsumen	53
Tabel 3.5	Tabel Perbandingan antara Analisis Regresi, Analisis Jalur, dan <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	57
Tabel 4.1	Tabel Uji Validitas Pra-Kuesioner Variabel Kualitas Layanan	75
Tabel 4.2	Tabel Uji Validitas Pra-Kuesioner Variabel Kepuasan Konsumen	76
Tabel 4.3	Tabel Uji Validitas Pra-Kuesioner Variabel Kepercayaan Konsumen ..	76
Tabel 4.4	Tabel Uji Validitas Pra-Kuesioner Variabel Loyalitas Konsumen	77
Tabel 4.5	Tabel Uji Reliabilitas Pra-Kuesioner	78
Tabel 4.6	Tabel Persentase Jenis Kelamin Responden Kuesioner	78





Tabel 4.7	Tabel Persentase Usia Responden Kuesioner	79
Tabel 4.8	Tabel Persentase Pekerjaan Responden Kuesioner	79
Tabel 4.9	Tabel Persentase Frekuensi Belanja Responden Kuesioner	80
Tabel 4.10	Tabel Skor Rata-rata Variabel Kualitas Layanan	81
Tabel 4.11	Tabel Skor Rata-rata Variabel Kepuasan Konsumen	83
Tabel 4.12	Tabel Skor Rata-rata Variabel Kepercayaan Konsumen	84
Tabel 4.13	Tabel Skor Rata-rata Variabel Loyalitas Konsumen	86
Tabel 4.14	Tabel Hasil Uji Normalitas	88
Tabel 4.15	Tabel Hasil Uji <i>Overall Model Fit</i>	89
Tabel 4.16	Tabel Pengujian Validitas Variabel Kualitas Layanan	94
Tabel 4.17	Tabel Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	95
Tabel 4.18	Tabel Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen	96
Tabel 4.19	Tabel Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Konsumen	97
Tabel 4.20	Tabel Hasil Uji Reliabilitas Konstruk	99
Tabel 4.21	Tabel Hasil Uji <i>T-Value</i>	100
Tabel 4.22	Tabel Nilai Koefisien Determinasi Model Struktural	102
Tabel 4.23	Tabel Pengaruh Langsung antar Variabel	103
Tabel 4.24	Tabel Pengaruh Tidak Langsung antar Variabel	104
Tabel 4.25	Tabel Pengaruh Total antar Variabel	105

Hak Cipta milik IBIKKG. Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip, menyalin, atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

a. penulisan kritikan untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.