

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN SHOPEE VARIABEL KEPERCAYAAN SEBAGAI MEDIASI
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kuningan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi dari Program Studi Manajemen



Oleh :

AZIMA MUSDALIFAH

20200510302

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN SHOPEE VARIABEL KEPERCAYAAN SEBAGAI
MEDIASI
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kuningan)

Disusun Oleh :

AZIMA MUSDALIFAH
20200510302

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 14 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

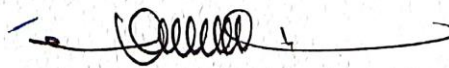
Susunan Dewan Penguji

Penguji I,



Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M. S
NIP. 196110221986031002

Penguji II,



Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si
NIK. 41038971055

Penguji III,



Faishal Rahimi, SE., M.M
NIK. 410110920236

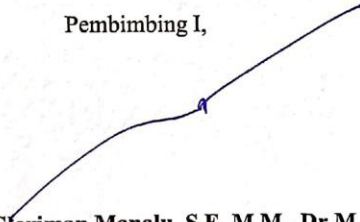
LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN SHOPEE VARIABEL KEPERCAYAAN SEBAGAI
MEDIASI

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kuningan)

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, Juli 2024

Pembimbing I,


Vigory Gloriman Manalu, S.E. M.M., Dr.M.
NIK. 410108920219

Pembimbing II,


Faishal Rahimi, S.E., M.M
NIK. 410110920236


Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,




Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si.
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen,


Dr. Rina Masuroh, SE., ME. Sy.
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kuningan:

Nama : Azima Musdalifah

Nim : 20200510302

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul “Pengaruh Kualitas *Website* Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Melalui Kepercayaan Sebagai Mediasi” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Penyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang timbul jika pernyataan saya tidak benar.

Kuningan, April 2024

Yang Membuat Pernyataan,



AZIMA MUSDALIFAH

NIM. 20200510302

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Ikatlah ilmu dengan menulis”

(Ali bin Abi Thalib)

Untuk apa aku bertahan ?

Untuk Bapak dan Mamah yang menaruh harapan besar, untuk gelar sarjana yang inginku dapatkan, untuk cita-cita yang sedang di usahakan, untuk menikmati indomie tengah malam, untuk Bandung yang ingin aku jadikan tempat singgah, untuk berbagi kebahagiaan disekelilingku, untuk motorku yang selalu nyusahin, untuk pasangan dan teman teman yang selalu ada, untuk sejuta asa yang Bapak titipkan kepadaku.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua, Bapak dan Mamah. Keduanya merupakan sosok di balik perjuangan saya hingga bisa sampai pada tahap ini. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat dan doa baik yang tidak pernah berhenti kalian berikan kepada saya.

ABSTRAK

Azima Musdalifah 20200510302 “Pengaruh Kualitas *Website* Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Melalui Kepercayaan Sebagai Mediasi” Dengan Pembimbing I Vigory Gloriman Manalu, S.E., M.M., Dr.M. dan Pembimbing II Faishal Rahimi, S.E., M.M. Program Studi Manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan, 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas *Website* Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Melalui Kepercayaan Sebagai Mediasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survey dengan analisis deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Universitas Kuningan. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan google form dengan skala interval. Data hasil penelitian diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas *Website* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Kualitas *Website* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan, Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Kepercayaan memediasi pengaruh Kualitas *Website* terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas *Website*, Loyalitas Pelanggan, Kepercayaan.

ABSTRACT

Azima Musdalifah 20200510302 "The Influence of Website Quality on Customer Loyalty Shopee Through Trust as Mediation" With Supervisor I Vigory Gloriman Manalu, S.E., M.M., Dr.M. and Supervisor II Faishal Rahimi, S.E., M.M. Faculty of Economics and Business Management Study Program, Kuningan University, 2024.

This research aims to determine the effect of Website Quality on customer loyalty through trust as mediation. The method used in this research is a survey method with quantitative descriptive analysis. This research was conducted on Kuningan University students. The sample taken was 100 respondents. The data collection technique uses a Google form with an interval scale. The research data were processed using the SPSS version 25 application. The research results show that Website Quality has a positive and significant effect on customer loyalty, Website Quality has a positive and significant effect on trust (trust), trust (trust) has a positive and significant effect on customer loyalty, trust mediates the influence of Website Quality on customer loyalty.

Keywords: Website Quality, Customer Loyalty, Trust.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayahnya. Karena peneliti dapat menyelesaikan Proposal Hasil Penelitian dengan judul “**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SHOPEE VARIABEL KEPERCAYAAN SEBAGAI MEDIASI** (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Kuningan)”.

Adapun penyusunan Proposal Penelitian diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.

Dengan segala kerendahan hati peneliti menyadari bahwa dalam penulisan proposal penelitian ini sarat dengan kekurangan, karena keterbatasan pengalaman dan kemampuan. Untuk kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan proposal penelitian ini.

Akhirnya, peneliti berharap semoga Proposal Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terkait dengan masalah yang ada pada proposal penelitian ini sebagai bahan perbandingan untuk karya yang lebih baik lagi menjadi pengembangan ilmu pengetahuan.

Kuningan, Desember 2023
Penulis,

Azima Musdalifah
20200510302

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur kedirat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan kemudahan, kelancaran dan ketenangan hati serta fikiran dalam setiap proses penyusunan skripsi ini. Dari awal proses sampai pada tahap akhir penyusunan skripsi ini, penulis diberikan kemudahan dan kelancaran dalam setiap proses penulisan dan pendapatan banyak bimbingan, motivasi, semangat, dukungan, pengalaman, dorongan, kekuatan dan kemudahan dari pihak-pihak yang sangat membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Dengan ini saya mendapatkan kesempatan untuk dapat mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kekuatan kepada peneliti selama Menyusun penelitian ini.
2. Bapak Vigory Gloriman Manalu S.E., M.M. Dr.M. selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan, membimbing, dan membina penulis hingga skripsi ini dapat setesai.
3. Bapak Faishal Rahimi S.E., M.M selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan, membimbing, dan membina penulis hingga skripsi ini dapat selesai.
4. Kedua orang tua paling berjasa dalam hidup saya. Mamah Idah Saidah dan Bapak Didi Sutardi. Terimakasih atas kepercayaan yang telah diberikan kepada saya untuk melanjutkan Pendidikan kuliah, serta cinta do'a, motivasi, semangat dan nasihat yang tidak hentinya diberikan kepada anaknya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Terimakasih kepada keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan moral dan do'a dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Rina Masruroh, SE., M.E.Sy, selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Dr. Lili Karmela Fitriani, SE., M.Si, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

8. Dr. Dikdik Harjati, M.Si, selaku Rektor Universitas Kuningan.
9. Seluruh Staff Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
10. Terimakasih kepada orang spesial setelah kedua orang tua saya yaitu, pasangan saya Risma Fuziatul Hilmi atas segala do'a, usaha dan *support* yang telah diberikan kepada saya dalam proses pembuatan skripsi ini.
11. Terimakasih kepada sahabat seperjuangan Salsa Billy, Aldi Pratama, Ega Prayoga, Fachri Fazrinsyah, Abi Zidani Irawan, Mochammad Ridwan, Azis Putra Sukardi, Muhammad Ibnu, dan Fian Apriananda yang telah saling mendukung dan berbagi pengalaman selama proses penulisan skripsi ini.
12. Terakhir untuk Azima Musdalifah, *last but not last !!!* Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karna terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap proses yang bisa dibbilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Berkah dan Rahmat nya bagi kita semua. Segala kebaikan dan jasa tersebut akan selalu dikenang dan tersimpan di hati penulis. Semoga dapat menjadi ibadah dihadapnya, Aamiin.

Kuningan, April 2024

Penulis,

AZIMA MUSDALIFAH

NIM. 20200510302

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR OTENTISITAS	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Loyalitas Pelanggan.....	14
2.1.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	14
2.1.1.2 Terbentuknya Loyalitas Pelanggan	15
2.1.1.3 Faktor Loyalitas Pelanggan	16
2.1.1.4 Dimensi Loyalitas Pelanggan	17
2.1.1.5 Indikator – Indikator Loyalitas Pelanggan	18
2.1.2 Kepercayaan.....	19
2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan	19
2.1.2.2 Faktor – Faktor Kepercayaan	20
2.1.2.3 Dimensi Kepercayaan.....	21

2.1.2.4 Indikator Kepercayaan.....	22
2.1.3 Kualitas <i>Website</i>	23
2.1.3.1 Pengertian Kualitas <i>Website</i>	23
2.1.3.2 Tolak Ukur Kualitas <i>Website</i>	25
2.1.3.3 Peran Kualitas <i>Website</i> Dalam Proses Jual – Beli Online	25
2.1.3.4 Dimensi Kualitas <i>Website</i>	26
2.1.3.5 Indikator Kualitas <i>Website</i>	28
2.1.4 Hubungan Antar Variabel.....	30
2.1.4.1 Hubungan Kualitas <i>Website</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	30
2.1.4.2 Hubungan Kualitas <i>Website</i> Terhadap Kepercayaan.....	30
2.1.4.3 Hubungan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	31
2.1.4.4 Peran Kepercayaan dalam memediasi Kualitas <i>Website</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	31
2.1.5 Penelitian Terdahulu.....	32
2.1.6 Kerangka Berpikir	51
2.1.7 Hipotesis	52
BAB III METODE PENELITIAN	54
3.1 Metode Penelitian.....	54
3.2 Operasional Variabel.....	60
3.3 Populasi dan Sampel	60
3.3.1 Populasi	60
3.3.2 Sampel	60
3.4 Jenis Data dan Sumber	61
3.4.1 Jenis Data.....	61
3.4.2 Sumber Data	61
3.5 Teknik Pengumpulan Data	61
3.6 Uji Instrumen.....	62
3.6.1 Uji Validitas	62
3.6.2 Uji Reliabilitas	65

3.7 Teknis Analisis Data	66
3.7.1 Analisis Deskriptif	67
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	68
a. Uji Normalitas	68
b. Uji Multikolinearitas.....	68
3.7.3 Analisis Regresi	69
3.7.3.1 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	69
3.7.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda	69
3.7.4 Uji Hipotesis	70
3.7.4.1 Uji t (Uji Parsial)	70
3.7.5 Uji Sobel.....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1 Hasil Penelitian.....	72
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	72
4.1.1.1 Sejarah Singkat Shopee.....	72
4.1.1.2 Visi Misi Shopee.....	73
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden.....	73
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
4.1.2.2 Karakteristik Responden Fakultas Universitas Kuningan	74
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna <i>E-commerce</i>	75
4.1.3 Teknik Analisis Data	75
4.1.3.1 Analisis Deskriptif	75
a. Analisis Deskriptif Kualitas <i>Website</i> (X).....	76
b. Analisis Deskriptif Kepercayaan (Z).....	78
c. Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan(Y).....	80
4.1.4 Uji asumsi klasik	82
a. Uji Normalitas	82
b. Uji Multikolonieritas	83
4.1.5 Analisis Regresi	84

4.1.5.1 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	84
4.1.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda	87
4.1.6 Uji Hipotesis	89
4.1.6.1 Uji t (uji parsial)	89
4.1.6.2 Sobel Test	93
4.2 Pembahasan.....	96
4.2.1 Pengaruh Kualitas <i>Website</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	96
4.2.2 Pengaruh Kualitas <i>Website</i> Terhadap Kepercayaan	96
4.2.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan	97
4.2.4 Pengaruh Kualitas <i>Website</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan.....	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra-Survey Loyalis Pelanggan	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	56
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Kualitas <i>Website</i>	63
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas <i>Trust</i>	64
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	64
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas <i>Website</i>	65
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas <i>Trust</i>	66
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan	66
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Fakultas	74
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pengguna <i>E-commerce</i>	75
Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas <i>Website</i>	76
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Kepercayaan.....	78
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan	80
Tabel 4.7 Hasil Uji Noermalitas <i>Monte Carlo</i>	83
Tabel 4.8 Uji Multikolonieritas.....	84
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linear Kualitas <i>Website</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	85
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Kualitas <i>Website</i> Terhadap Kepercayaan	86
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	88
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi.....	89
Tabel 4.13 Hasil Uji t Kualitas <i>Website</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	90
Tabel 4.14 Hasil Uji t Kualitas <i>Website</i> Terhadap <i>Kepercayaan</i>	91
Tabel 4.15 Hasil Uji t Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	92
Tabel 4.16 Ringkasan Hasil Hipotesis	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna <i>E-commerce</i> di Indonesia 2018 – 2027.....	5
Gambar 1.2 Pengunjung Situs <i>E-commerce</i> terbanyak 2023.....	6
Gambar 1.3 <i>Marketplace</i> Pilihan Masyarakat Indonesia 2023	7
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	52
Gambar 3.1 Skala Semantik Diferensial	62
Gambar 4.1 Deskriptif Variabel Kualitas <i>Website</i>	77
Gambar 4.2 Deskriptif Variabel Kepercayaan.....	80
Gambar 4.3 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	82
Gambar 4.4 Hasil Analisis H4 Sobel <i>Test Calculation for</i> <i>Signature of Mediation</i>	94
Gambar 4.5 Model Mediasi.....	95