

**PENGARUH *E-TRUST*, *E-CUSTOMER SATISFACTION* DAN
USER FLOW EXPERIENCE TERHADAP *E-LOYALTY*
PENGGUNA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA DI KECAMATAN
PASAR REBO**

TUGAS AKHIR

Zefanya Veranov Silitonga

203402516161



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

**PENGARUH *E-TRUST*, *E-CUSTOMER SATISFACTION* DAN
USER FLOW EXPERIENCE TERHADAP *E-LOYALTY*
PENGUNA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA DI KECAMATAN
PASAR REBO**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh:

Zefanya Veranov Silitonga

203402516161



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

PENGARUH *E-TRUST*, *E-CUSTOMER SATISFACTION* DAN *USER FLOW EXPERIENCE* TERHADAP *E-LOYALTY* PENGGUNA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA DI KECAMATAN PASAR REBO

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan atau kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 19 Februari 2024


Zefanya Veranov Silitonga
NPM: 203402516161

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *E-TRUST*, *E-CUSTOMER SATISFACTION* DAN *USER FLOW EXPERIENCE* TERHADAP *E-LOYALTY* PENGGUNA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA DI KECAMATAN PASAR REBO**

Nama Mahasiswa : **Zefanya Veranov Silitonga**

Nomor Pokok : **203402516161**

Program Studi : **Manajemen**

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,



(Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

Mengetahui,

Kepala Program Studi Manajemen,



(Rosti Hardini, S.E., M.Si.)

Jakarta, 29 Februari 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *E-TRUST*, *E-CUSTOMER SATISFACTION* DAN *USER FLOW EXPERIENCE* TERHADAP *E-LOYALTY* PENGGUNA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA DI KECAMATAN PASAR REBO**

Nama Mahasiswa : **Zefanya Veranov Silitonga**

Nomor Pokok : **203402516161**

Program Studi : **Manajemen**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,



(Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

Ketua Penguji,

Anggota/Penguji,



(Dr. Herry Krisnandi, S.E., M.M.)



(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)

Mengetahui,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,


(Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

Jakarta: 29 Februari 2024

Tanggal Lulus: Maret 2024

ABSTRAK

PENGARUH *E-TRUST*, *E-CUSTOMER SATISFACTION* DAN *USER FLOW EXPERIENCE* TERHADAP *E-LOYALTY* PENGGUNA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA DI KECAMATAN PASAR REBO

Oleh:

Zefanya Veranov Silitonga

NPM: 203402516161

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh *E-Trust* (X_1), *E-Customer Satisfaction* (X_2) dan *User Flow Experience* (X_3) sebagai variabel independen terhadap *E-Loyalty* (Y) sebagai variabel dependen. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* serta teknik yang digunakan yaitu *purposive sampling*, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 orang responden. Penelitian ini menggunakan data primer dan mengumpulkan informasi secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis inferensial dengan regresi linear berganda dan diolah menggunakan *Statistical Software for Data Science* (STATA) versi 17. Hasil yang ditemukan setelah dilakukannya pengujian pada variabel penelitian menunjukkan bahwa *E-Trust* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty* (Y), *E-Customer Satisfaction* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty* (Y), sedangkan *User Flow Experience* (X_3) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *E-Loyalty* (Y) pengguna *marketplace* Tokopedia di Kecamatan Pasar Rebo.

Kata Kunci: *E-Trust*, *E-Customer Satisfaction*, *User Flow Experience*, dan *E-Loyalty*.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF E-TRUST, E-CUSTOMER SATISFACTION AND USER FLOW EXPERIENCE ON E-LOYALTY OF TOKOPEDIA MARKETPLACE USERS IN PASAR REBO DISTRICT

By:

Zefanya Veranov Silitonga

NPM: 203402516161

This Thesis, under the guidance of Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.

The research conducted aims to determine whether or not the influence of E-Trust (X1), E-Customer Satisfaction (X2) and User Flow Experience (X3) as independent variables on E-Loyalty (Y) as the dependent variable. Sampling in this study used non-probability sampling method and the technique used was purposive sampling, so that a sample of 100 respondents was obtained. This study uses primary data and collects information directly from respondents through distributing questionnaires. The data analysis technique used is inferential analysis with multiple linear regression and processed using Statistical Software for Data Science (STATA) version 17. The results found after testing the research variables show that E-Trust (X1) has a positive and significant effect on E-Loyalty (Y), E-Customer Satisfaction (X2) has a positive and significant effect on E-Loyalty (Y), while User Flow Experience (X3) has a negative and insignificant effect on E-Loyalty (Y) of Tokopedia marketplace users in Pasar Rebo District.

Keywords: *E-Trust, E-Customer Satisfaction, User Flow Experience, and E-Loyalty.*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

1. Nama : Zefanya Veranov Silitonga
2. Tempat, Tanggal Lahir : Banjarmasin, 14 November 2002
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Jl. Bengrah Kp. Pule 1 No. 26B RT003/RW010,
Kel. Cijantung, Kec. Pasar Rebo, 13770
5. No. Handphone : 081297835913
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Kristen
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : zefanyasilitonga1411@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. 2008-2014 : SD Negeri Baru 05 Pagi Jakarta
2. 2014-2017 : SMP Negeri 217 Jakarta
3. 2017-2020 : SMK Negeri 22 Jakarta
4. 2020-2024 : Universitas Nasional

Jakarta, 19 Februari 2024



Zefanya Veranov Silitonga

NPM: 203402516161

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh *E-Trust*, *E-Customer Satisfaction*, dan *User Flow Experience* terhadap *E-Loyalty* pengguna *marketplace* Tokopedia di Kecamatan Pasar Rebo” ini dengan baik. Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penulis mendapatkan banyak pelajaran yang dapat diambil dari penyusunan tugas akhir ini dan tentunya terdapat keterlibatan antara beberapa pihak dalam penulisan tugas akhir ini serta rasa cinta, motivasi, saran, bimbingan dan dukungan yang diberikan dari berbagai pihak baik secara langsung ataupun tidak langsung kepada penulis. Oleh karena itu dengan rasa kasih sayang, rasa hormat dan penuh kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terimakasih banyak sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional dan juga selaku Dosen Pembimbing yang saya hormati, yang telah membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan Solusi dan memberikan panduan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Kepada seluruh Dosen Universitas Nasional terutama untuk Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pengetahuan kepada seluruh

mahasiswa sehingga menjadikan kami anak didiknya terus berkembang serta bertumbuh dalam proses pembelajaran.

6. Kepada seluruh Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pelayanan serta bantuan selama menjadi mahasiswa FEB Universitas Nasional.
7. Kepada Ibu Milda Cherliana Pardede dan Bapak Hotamawan Silitonga selaku orang tua penulis yang telah melahirkan dan membesarkan serta senantiasa mendoakan, memberikan motivasi, dukungan, cinta dan kasih sayang yang tulus kepada penulis sehingga penulis mampu menjalani dan menyelesaikan pendidikan dengan baik di Universitas Nasional.
8. Kepada abang, Shandy Mordekhai Silitonga serta saudara sekalian yang senantiasa memberikan semangat dan doa serta cinta dan kasih sayang kepada penulis sehingga penulis terdorong untuk terus belajar dan berkembang menjadi lebih baik.
9. Kepada sahabat SMK dan Kuliah, Kezia. Noviana, Evira, Iqbal, dan Adis yang sudah memberikan dukungan, memberikan motivasi, dan memberikan semangat selama penulis menempuh pendidikan dan penulisan tugas akhir di Universitas Nasional.
10. Kepada sahabat dan kakak-kakak *Jesus Center Church*, Bapak dan Ibu Gembala yang selalu mendoakan, memberikan dukungan selama penulis menempuh pendidikan dan penulisan tugas akhir di Universitas Nasional.
11. Kepada anggota grup *BTS (Bangtan Sonyeondan)* Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung dan Jeon Jungkook, serta anggota grup *SEVENTEEN* yang secara tidak langsung memberikan cinta dan motivasi kepada penulis melalui lagu dan karya serta pencapaian-pencapaian yang memberikan inspirasi kepada penulis.
12. Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu yang sudah membantu dan memberikan dukungan selama penulis menempuh pendidikan dan penulisan tugas akhir di Universitas Nasional.

13. Terakhir, penulis ingin menyampaikan kepada diri sendiri yang sudah mampu bertahan dan terus berupaya hingga saat ini, serta selalu berusaha untuk bertumbuh dan berkembang untuk mewujudkan apa yang ingin dicapai oleh penulis.

Dengan penyelesaian tugas akhir ini, penulis berharap dapat memberikan informasi bermanfaat bagi pembaca dan peneliti lainnya. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan dan kritik yang dapat membangun dari pembaca untuk membantu dalam memperluas pembelajaran yang berkelanjutan.



Jakarta, 19 Februari 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Zefanya Veranov Silitonga', written in a cursive style.

Zefanya Veranov Silitonga

NPM: 203402516161

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)	
HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)	
LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Manajemen Pemasaran	9
1. Pengertian dan Konsep Manajemen Pemasaran.....	9
2. Fungsi Manajemen Pemasaran	10
3. Tujuan Manajemen Pemasaran.....	12
B. <i>E-Loyalty</i>	12
1. Pengertian <i>E-Loyalty</i>	12
2. Dimensi <i>E-Loyalty</i>	13
3. Indikator <i>E-Loyalty</i>	13
C. <i>E-Trust</i>	14

1.	Pengertian <i>E-Trust</i>	14
2.	Dimensi <i>E-Trust</i>	15
3.	Indikator <i>E-Trust</i>	16
D.	<i>E-Customer Satisfaction</i>	16
1.	Pengertian <i>E-Customer Satisfaction</i>	16
2.	Dimensi <i>E-Customer Satisfaction</i>	17
3.	Indikator <i>E-Customer Satisfaction</i>	18
E.	<i>User Flow Experience</i>	19
1.	Pengertian <i>User Flow Experience</i>	19
2.	Dimensi <i>User Flow Experience</i>	19
3.	Indikator <i>User Flow Experience</i>	20
F.	Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	22
1.	Pengaruh <i>E-Trust</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i>	22
2.	Pengaruh <i>E-Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i>	22
3.	Pengaruh <i>User Flow Experience</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i>	23
G.	Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	23
H.	Kerangka Analisis.....	26
I.	Hipotesis	27
BAB III	METODE PENELITIAN	29
A.	Objek Penelitian	29
B.	Data Penelitian.....	29
1.	Sumber Data dan Jenis Data.....	29
a.	Sumber Data	29
b.	Jenis Data	29
2.	Populasi dan Sampel.....	30
a.	Populasi	30
b.	Sampel	30
3.	Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	31
C.	Definisi Operasional Variabel	32
D.	Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	33

1. Metode Analisis.....	33
a. Metode Analisis Deskriptif	33
b. Metode Analisis Inferensial.....	33
2. Pengujian Hipotesis	34
a. Uji Instrumen.....	34
b. Uji Asumsi Klasik	35
c. Uji Kelayakan Model	37
d. Uji Hipotesis (Uji t).....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Hasil Penelitian.....	39
1. Deskripsi Data Penelitian	39
2. Karakteristik Responden	41
3. Hasil Lengkap Penelitian.....	45
B. Pembahasan	60
1. Pengaruh <i>E-Trust</i> (X_1) Terhadap <i>E-Loyalty</i> (Y)	60
2. Pengaruh <i>E-Customer Satisfaction</i> (X_2) Terhadap <i>E-Loyalty</i> (Y)	61
3. Pengaruh <i>User Flow Experience</i> (X_3) Terhadap <i>E-Loyalty</i> (Y).....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung Situs E-Commerce di Indonesia pada Kuartal II tahun 2022.....	3
Tabel 1.2 Data Pengunjung Situs E-Commerce di Indonesia pada Kuartal I-III tahun 2023.....	3
Tabel 1.3 Hasil <i>Pre-Test</i> Variabel <i>E-Loyalty</i> (Y)	4
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	24
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Interval	31
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	43
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	44
Tabel 4.5 Total Mean dan Average Total Mean <i>E-Loyalty</i> (Y).....	46
Tabel 4.6 Total Mean dan Average Total Mean <i>E-Trust</i> (X ₁)	47
Tabel 4.7 Total Mean dan Average Total Mean <i>E-Customer Satisfaction</i> (X ₂)	48
Tabel 4.8 Total Mean dan Average Total Mean <i>User Flow Experience</i> (X ₃)	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas <i>E-Loyalty</i> (Y)	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas <i>E-Trust</i> (X ₁).....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas <i>E-Customer Satisfaction</i> (X ₂).....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas <i>User Flow Experience</i> (X ₃).....	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	57
Tabel 4.18 Hasil Uji Statistik (F)	58
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis	27
Gambar 4.1 Logo Tokopedia	40
Gambar 4.2 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Gambar 4.3 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Gambar 4.4 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	43
Gambar 4.5 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Responden	69
Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Responden	75
Lampiran 3 Data Output STATA.....	85
Lampiran 4 Konsultasi Bimbingan	89
Lampiran 5 Hasil Pengecekan Turnitin.....	90

