

**PENGARUH *E-TRUST*, KEPUASAN PELANGGAN, DAN ALUR
PENGALAMAN PENGGUNA TERHADAP *E-LOYALTY*
APLIKASI TOKOPEDIA DI JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

ERIC O LA SALVADOR
203402516067



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

**PENGARUH *E-TRUST*, KEPUASAN PELANGGAN, DAN ALUR
PENGALAMAN PENGGUNA TERHADAP *E-LOYALTY*
APLIKASI TOKOPEDIA DI JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

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

ERIC O LA SALVADOR
203402516067



**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*, KEPUASAN PELANGGAN, DAN ALUR PENGALAMAN TERHADAP *E-LOYALTY* APLIKASI TOKOPEDIA DI JAKARTA SELATAN

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 dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta,



Eric O La Salvador

NPM:203402516067



LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH E-TRUST, KEPUASAN PELANGGAN, DAN ALUR
PENGALAMAN PENGGUNA TERHADAP E-LOYALTY
APLIKASI TOKOPEDIA**

Nama : Eric O La Salvador
Nomor Pokok : 203402516067
Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Pembimbing : Deny Hidayatullah, S.E., M.M.Si.



Jakarta, Agustus 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *E-TRUST*, KEPUASAN PELANGGAN,
DAN ALUR PENGALAMAN PENGGUNA TERHADAP
E-LOYALTY APLIKASI TOKOPEDIA**

Nama Mahasiswa : **Eric O La Salvador**

Nomor pokok : **203402516067**

Program Studi : **Manajemen**

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

Universitas Nasional

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,

(Deny Hidayatullah, S.E., M.M.Si.)

Ketua/Penguji

Anggota/Penguji

(Dyah Handayani, S.E., M.M.)

(Dr. Eddy Guritno, S.E., M.Si.M)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

(Plt Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.B.A., M.M.)

Jakarta: 2024

Tanggal Lulus:

ABSTRAK

PENGARUH *E-TRUST*, KEPUASAN PELANGGAN, DAN ALUR PENGALAMAN TERHADAP *E-LOYALTY* APLIKASI TOKOPEDIA DI JAKARTA SELATAN

Oleh:

Eric O La Salvador

203402516067

Tugas Akhir dibawah ini bimbingan Deny Hidayatullah, S.E., M.M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *E-Trust*, Kepuasan Pelanggan, dan Alur Pengalaman terhadap *E-Loyalty* Aplikasi Tokopedia. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data ini adalah menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis inferensial, uji instrumen yang terdiri dari validitas, dan reliabilitas. Uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi). metode regresi linier berganda, uji koefisien determinasi R^2 dan uji f, serta uji hipotesis (uji parsial uji t). Dan menggunakan program Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Trust*, Kepuasan Pelanggan, dan Alur Pengalaman *E-Trust*, Kepuasan Pelanggan, dan Alur Pengalaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty* Aplikasi Tokopedia.

Kata Kunci: *E-Trust*, Kepuasan Pelanggan, Alur Pengalaman, *E-Loyalty*

ABSTRACT

THE IMPACT OF E-TRUST, CUSTOMER SATISFACTION, AND EXPERIENCE FLOW ON TOKOPEDIA APPLICATION E-LOYALTY IN SOUTH JAKARTA

By:

Eric O La Salvador

203402516067

Final Project Under the Guidance of Deny Hidayatullah, S.E., M.M.Si.

This study aims to determine and analyze the influence of E-Trust, Customer Satisfaction, and Experience Flow on Tokopedia Application E-Loyalty. This research uses quantitative research with a sample size of 100 respondents. This data collection technique uses a questionnaire. The data analysis technique used is descriptive analysis and inferential analysis methods, instrument testing consisting of validity and reliability. Classic assumption tests (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, and autocorrelation test). multiple linear regression method, coefficient of determination test R^2 and f test, as well as hypothesis testing (partial t test). And using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) program version 23. The results of this research show that E-Trust, Customer Satisfaction, and Experience Flow E-Trust, Customer Satisfaction, and Experience Flow have a positive and significant effect on Tokopedia Application Loyalty

Keywords: E-Trust, Customer Satisfaction, Experience Flow, E-Loyalty

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Eric O La Salvador
Tempat Tanggal Lahir : Sragen, 30-04-2002
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Perum Sapphire Residence Blok. O no.8
RT.02/RW.17, Kel. Beju, Kec. Taman, Kab.
Pemalang.
Telepon : 082314959433
Email : ericsalvador001@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2007 – 2013 : SDN 1 Widuri
2013 – 2016 : SMP Pius Pemalang
2017 – 2020 : SMKN 1 Pemalang
2020 – 2024 : Universitas Nasional

Jakarta, Agustus 2024

Eric O La Salvador
203402516067

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.wb.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, anugerah, berkah serta karunia-Nya yang tidak ada batasnya, karena atas petunjuk dan pertolongannya penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Presepsi Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Tebet Jakarta Selatan”. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Bidang Konsentrasi Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.

Dalam penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan rintangan yang dihadapi. Akan tetapi berkat bantuan dari berbagai pihak, maka segala bentuk macam hambatan dan rintangan yang dihadapi bisa teratasi. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti dengan tulus hati mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.B.A., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
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. Bapak Deny Hidayatullah, S.E., M.M.Si. selaku pembimbing skripsi yang telah berkenan memberikan arahan dan membimbing dalam penulisan skripsi serta memotivasi penulis dimana akhirnya skripsi ini bisa terselesaikan.

6. Segenap jajaran dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah berkenan membina, memberikan ilmu, dan memberikan dukungan serta menciptakan motivasi belajar yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Nasional.
7. Segenap staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membantu dan memberikan kemudahan dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
8. Untuk kedua orangtua penulis Bapak dan Ibu, terima kasih yang sebesar-besarnya atas setiap doa yang dipanjatkan, usaha, kesabaran, waktu, serta kasih sayang yang amat berlimpah kepada saya. Moral dan Materi yang engkau berikan menjadi modal untuk berjuang hingga akhir hayat nanti agar menjadi kebanggaan keluarga.
9. Untuk rekan-rekan penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu. terima kasih banyak telah membantu, memahami, mendengarkan, dan menyemangati penulis selama proses penulisan skripsi ini.
10. Untuk pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dan memberikan dukungan selama penulisan skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapat balasan berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini baik dalam teknik penyusunan maupun dalam pembahasan. Demi kesempurnaan skripsi ini saran dan kritik yang sifatnya membangun amat penulis harapkan. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan bisa memberikan yang berarti kepada pihak yang membutuhkan.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL (LUAR)	
HALAMAN SAMPUL (DALAM)	
LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Manajemen Pemasaran	8
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	8
3. Tujuan Manajemen Pemasaran	9
4. <i>E-Loyalty</i>	10
5. <i>E-Trust</i>	11
6. Kepuasan Pelanggan	13
7. Alur Pengalaman Pengguna	15
B. Keterkaitan Antar Variabel.....	18
1. Hubungan <i>E-Trust</i> Terhadap Loyalitas	18
2. Hubungan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas.....	19
3. Hubungan Alur Pengalaman Terhadap Loyalitas	19

C. Hasil Penelitian Terdahulu	20
D. Kerangka Analisis	22
E. Hipotesis	23
BAB III TINJAUAN PUSTAKA	24
A. Objek Penelitian	24
B. Data Penelitian	24
1. Sumber Data dan Jenis Data	24
2. Populasi dan Sampel	24
3. Data dan Metode Pengumpulan Data.....	25
C. Definisi Operasional Variabel	27
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	28
1. Analisis Deskriptif	28
2. Analisis Inferensial.....	28
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	29
4. Uji Instrumen Penelitian	29
5. Uji Asumsi Klasik.....	30
6. Uji Kelayakan Model.....	32
6. Uji Hipotesis	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A. Hasil Penelitian.....	34
1. Deskripsi Objek Penelitian.....	34
2. Karakteristik Responden	35
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	36
B. Pembahasan.....	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	50
A. Kesimpulan.....	51
B. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Respon <i>Pre-Test E-Loyalty</i> (Y).....	3
Tabel 1.2 Respon <i>Pre-Test E-Trust</i> (X1)	4
Tabel 1.3 Respon <i>Pre-Test Kepuasan Pelanggan</i> (X2)	4
Tabel 1.4 Respon <i>Pre-Test Alur Pengalaman</i> (X3).....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Pengukuran Skor Skala Interval	26
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.3 Hasil Average Mean <i>E-Trust</i>	37
Tabel 4.4 Hasil Average Mean Kepuasan Pelanggan.....	38
Tabel 4.5 Hasil Average Mean Alur Pengalaman.....	38
Tabel 4.6 Average Mean <i>E-Loyalty</i>	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	42
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	43
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	44
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi.....	44
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	45
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien (R ²)	46
Tabel 4.15 Hasil Uji F	47
Tabel 4.16 Hasil Uji T X1	48

Tabel 4.17 Hasil Uji T X2	49
Tabel 4.18 Hasil Uji T X3	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengunjung Tokopedia di Indonesia Kuartal I dan II.....	2
Gambar 1.2 Data Pengunjung Tokopedia di Indonesia Kuartal I dan II	2
Gambar 2.1 Kerangka Analisis.....	22
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	34
Gambar 4.2 Diagram Presentase Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Gambar 4.3 Diagram Presentase Berdasarkan Usia	36

