

**PENGARUH *ONLINE EXPERIENCE* DAN *ONLINE CONCERNS*
TERHADAP *E-LOYALTY* MELALUI *E-SATISFACTION* DAN *E-TRUST*
PADA KONSUMEN SHOPEE DI SURABAYA**



OLEH:

ALIFA NIKMATUL LAILY

3103014250

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019**

PENGARUH *ONLINE EXPERIENCE* DAN *ONLINE CONCERNS*
TERHADAP *E-LOYALTY* MELALUI *E-SATISFACTION* DAN *E-TRUST*
PADA KONSUMEN SHOPEE DI SURABAYA

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Oleh:
ALIFA NIKMATUL LAILY
3103014250

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *ONLINE EXPERIENCE* DAN *ONLINE CONCERNS* TERHADAP *E-LOYALTY* MELALUI *E-SATISFACTION* DAN *E-TRUST* PADA KONSUMEN SHOPEE DI SURABAYA

OLEH
ALIFA NIKMATUL LAILY
3103014250

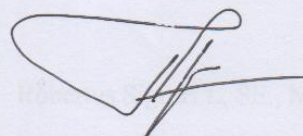
Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, S.E., M.Si
Tanggal:.....

Pembimbing II,



Nekhasius Agus Sunarjanto SE., MM
Tanggal:.....

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Alifa Nikmatul Laily NRP 3103014250 telah diuji pada tanggal 26 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dr. Margaretha Ardhanari, S.E., M.Si
NIK . 311.95.0228

Mengetahui,

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA, CPAI
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc
NIK. 311.11.0678

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alifa Nikmatul Laily

NRP : 3103014250

Judul Skripsi : Pengaruh *Online Experience* dan *Online Concerns*
terhadap *E-Loyalty* melalui *E-Satisfaction* dan *E-Trust* pada konsumen
Shopee di Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah asli karya tulis saya. Apabila karya ini terbukti *plagiarism*, maka saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 Januari 2019



Alifa Nikmatul Laily

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas berkat, anugerah dan kasih karunia- Nya yang telah dilimpahkanNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Online Experience*, *Online Concerns* terhadap *E-Loyalty* melalui *E-Satisfaction* dan *E-Trust* pada konsumen Shopee di Surabaya.” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini juga dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan serta dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Dr. Margaretha Ardhanari, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing I. Terima kasih banyak atas waktu yang telah diluangkan, bimbingan, kesabaran, pengertian serta masukan-masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Nekhasius Agus Sunarjanto SE., MM. selaku dosen pembimbing II. Terima kasih banyak atas waktu yang telah diluangkan, bimbingan, kesabaran, pengertian serta masukan-masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Prof. Dr. Drs. Ec. Teman Koesmono, MM. selaku dosen wali selama masa perkuliahan. Terima kasih atas motivasi dan semangat yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh dosen yang selama masa perkuliahan telah memberikan berbagai ilmu dan pengetahuan kepada penulis yang dapat membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Orang tua dan segenap keluarga yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil, kasih sayang, dan doanya sehingga penulis memiliki semangat hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Saudara yang selama ini menemani penulis dan memberikan dukungan (Pramudi Zulus) sehingga penulis memiliki semangat untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Sahabat tercinta saya yang selama ini telah menemani penulis dan membantu dalam setiap proses akademi (Jessy Kartika, Deo Anggita, Dyas Ayu, Tabita Evelyn). Penulis berharap agar setiap doa dan dukungan yang diberikan kepada penulis berkenan di hadapan Tuhan Yesus Kristus.
10. Rekan-rekan mahasiswa, responden dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu di dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya. Dengan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, maka penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan dijadikan pembelajaran oleh penulis di masa depan dan penulis memohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan. Terima kasih. Tuhan memberkati kita semua.

Surabaya, 18 Januari 2019

Alifa Nikmatul Laily

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	18
2.3.1 Pengaruh <i>Delivery Efficiency</i> Terhadap <i>E Satisfaction</i>	18
2.3.2 Pengaruh <i>Web Design</i> Terhadap <i>E Trust</i>	18
2.3.3 Pengaruh <i>Online Security</i> Terhadap <i>E Trust</i>	18
2.3.4 Pengaruh <i>Online Privacy</i> Terhadap <i>E Trust</i>	19
2.3.5 Pengaruh <i>E Satisfaction</i> Terhadap <i>E Trust</i>	20
2.3.6 Pengaruh <i>E Satisfaction</i> Terhadap <i>E Loyalty</i>	20
2.3.7 Pengaruh <i>E Trust</i> Terhadap <i>E Loyalty</i>	20
2.4 Kerangka Penelitian	21
2.5 Hipotesis.....	22
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	23
3.2 Identifikasi Variabel	23

3.3 Definisi Operasional Variabel	23
3.3.1 <i>Delivery Efficiency</i>	23
3.3.2 <i>Website Design</i>	24
3.3.3 <i>Online Security</i>	24
3.3.4 <i>Online Privacy</i>	24
3.3.5 <i>E Satisfaction</i>	25
3.3.6 <i>E Trust</i>	25
3.3.7 <i>E Loyalty</i>	25
3.4 Jenis Data dan Sumber Data	25
3.5 Metode Pengumpulan Data	26
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	26
3.6.1 Populasi	26
3.6.2 Sampel	26
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel	27
3.7 Teknik Analisis Data.....	27
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	28
3.7.2 Uji Normalitas	28
3.7.3 Uji Kecocokan Model	28
3.7.4 Uji Hipotesis	29

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden	30
4.2 Karakteristik Deskriptif Jawaban Responden	34
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Delivery Efficiency</i>	35
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Website Design</i>	36
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Online Security</i>	37
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Online Privacy</i>	38
4.2.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>E Satisfaction</i>	39
4.2.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>E Trust</i>	40
4.2.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>E Loyalty</i>	40
4.3 Uji Asumsi SEM	41
4.3.1 Uji Validitas	41
4.3.2 Uji Reliabilitas	43
4.3.3 Uji Normalitas	44
4.3.4 Uji Kecocokan Model Struktural	46

4.3.5 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	48
4.3.6 Uji Hipotesis	49
4.4 Pembahasan.....	50
4.4.1 Pengaruh <i>Delivery Efficiency</i> terhadap <i>E Satisfaction</i>	50
4.4.2 Pengaruh <i>Website Design</i> terhadap <i>E Trust</i>	51
4.4.3 Pengaruh <i>Online Security</i> terhadap <i>E Trust</i>	52
4.4.4 Pengaruh <i>Online Privacy</i> terhadap <i>E Trust</i>	53
4.4.5 Pengaruh <i>E Satisfaction</i> terhadap <i>E Trust</i>	53
4.4.6 Pengaruh <i>E Satisfaction</i> terhadap <i>E Loyalty</i>	54
4.4.7 Pengaruh <i>E Trust</i> terhadap <i>E Loyalty</i>	55

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	57
5.2 Saran.....	58
5.2.1 Saran Akademis	58
5.2.2 Saran Praktis	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data pemakaian/penggunaan internet di Asia tahun 2018.....	1
Tabel 1.2 Beberapa Toko Online Terkemuka di Indonesia	4
Tabel 1.3 Data peringkat pengguna E commerce di Indonesia (2018).....	6
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	17
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	31
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	31
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	32
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	33
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	34
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Interval Rata-Rata Skor	35
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Delivery Efficiency</i>	35
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Website Design</i>	36
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Online Security</i>	37
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Online Privacy</i>	38
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>E Satisfaction</i>	39
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Variabel <i>E Trust</i>	40
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif Variabel <i>E Loyalty</i>	41
Tabel 4.15 Uji Validitas.....	42
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.17 <u>U</u> ji Normalitas Univariat	44
Tabel 4.18 Persamaan <i>Delivery Efficiency</i> terhadap <i>E Satisfaction</i>	46
Tabel 4.19 Persamaan <i>E Satisfaction</i> , <i>Website Design</i> , <i>Online Security</i> dan <i>Online Privacy</i> terhadap <i>E Trust</i>	47
Tabel 4.20 Persamaan <i>E Satisfaction</i> dan <i>E Trust</i> terhadap <i>E Loyalty</i>	48
Tabel 4.21 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	48
Tabel 4.22 Pengujian Hipotesis	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	17
Gambar 4.1 Model Struktural Penelitian	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner

Lampiran 2 : Hasil Kuisisioner

Lampiran 3 : Karakteristik Responden

Lampiran 4 : Statistik Deskriptif Variabel

Lampiran 5 : Uji Reliabilitas

Lampiran 6 : Uji Normalitas

Lampiran 7 : Output Lisrel

Lampiran 8 : Path Diagram

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *Delivery Efficiency*, *Website Design*, *Online Security*, *Online Privacy*, *E-Satisfaction* dan *E Trust* terhadap *E-Loyalty* pada konsumen Shopee di Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian yang kausal. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non probability sampling dengan cara purposive sampling. Sampel yang digunakan adalah 150 responden. Data dikumpulkan dengan instrumen kuesioner dan selanjutnya diolah dengan teknik analisis Struktural Equation Model (SEM) dengan menggunakan program Lisrel 8.70.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Delivery Efficiency* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction*. *Website Design* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Trust*. Variabel *Online Security* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Trust*. *Online Privacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Trust*. *E-Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Trust*. *E-Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty*. *E-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty*.

Kata Kunci: *Delivery Efficiency*, *Website Design*, *Online Security*, *Online Privacy*, *E-Satisfaction*, *E-Trust*, *E-Loyalty*

ABSTRACT

This research purposes are to analyze the impact of *Delivery Efficiency, Website Design, Online Security, Online Privacy, E-Satisfaction and E-Trust* towards *E-Loyalty* of Shopee's consumer in Surabaya. This research is a causal research. Sampling technique used non probability sampling by purposive sampling. Samples that have been used are 150 respondents. The data were collected by questionnaire instrument and then proceed with Structural Equation Model (SEM) technique by using Lisrel 8.70 program.

The result of this study indicates that *Delivery Efficiency* has a significant positive effect on the *E-Satisfaction*. *Website Design* has a significant positive effect on the *E-Trust*. *Online Security* has a significant positive effect on *E-Trust*. *Online Privacy* has a significant positive effect on *E-Trust*. *E-Satisfaction* has a significant positive effect on *E-Trust*. *E-Satisfaction* has a significant positive effect on *E-Loyalty*. *E-Trust* has a significant positive effect on *E-Loyalty*.

Keywords: *Delivery Efficiency, Website Design, Online Security, Online Privacy, E Satisfaction, E Trust, E Loyalty*