



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
E-COMMERCE SOCIOLLA**

SKRIPSI

FARADILAH MEIDA 1710111261

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
E-COMMERCE SOCIOLLA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

FARADILAH MEIDA 1710111261

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**

PERNYATAAN ORISINILITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Faradilah Meida

Nim : 1710111261

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 9 Juli 2021

Yang meyakakan,



Faradilah Meida

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faradilah Meida
Nim : 1710111261
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non
Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan
Pelanggan E-Commerce Sociolla**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, merawat,
dan mempublikasi Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai
penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 9 Juli 2021

Yang menyatakan,


Faradilah Meida

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
E-COMMERCE SOCIOLLA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

FARADILAH MEIDA 1710111261

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 9 Juli 2021
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Lina Ariani, SE, MM
Ketua Penguji



Rosali, SE, MM
Penguji I



Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., MOS., CPM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE, Ak, M.Ak, CA, CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Wahyudi, SE., MM
Ketua Program Studi Manajemen
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 9 Juli, 2021

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
E-COMMERCE SOCIOLLA**

Oleh Faradilah Meida

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan dalam menganalisis dan membuktikan apakah terdapat pengaruh antara Kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian ini yaitu kuantitatif serta sample konsumen E-commerce Sociolla yang tersebar di provinsi DKI Jakarta sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial menggunakan analisis SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dan secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan pelanggan, dan E-commerce Sociolla.

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND TRUST
ON CUSTOMER SATISFACTION E-COMMERCE SOCIOLLA***

by Faradilah Meida

Abstract

This study aims to analyze and prove whether there is an influence between service quality and trust on customer satisfaction. This research method is quantitative and the sample of Sociolla E-commerce consumers spread in DKI Jakarta province is 100 respondents. The data analysis technique used descriptive analysis and inferential analysis using SmartPLS analysis. The results showed that service quality affected customer satisfaction. Trust does not affect customer satisfaction. And together the variables of service quality and trust influence customer satisfaction.

Keywords: *Service quality, trust, customer satisfaction, and E-commerce Sociolla.*



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA.2020/2021

Hari ini telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Faradilah Meida

NIM 1710111261

Program Studi : S1 Manajemen

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN E-COMMERCE SOCIOLLA”**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus/Tidak Lulus* *)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Lina Ariani, SE, MM	Ketua	
2.	Rosali, SE, MM	Anggota I	
3.	Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., MOS., CPM	Anggota II**)	

Catatan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 9 Juli 2021
Mengesahkan
A.n Dekan
Kaprosdi Manajemen S1



(Wahyudi, S.E., M.M)

PRAKATA

Puji Syukur penulis panjatkan kepada tuhan yang maha Esa atas Rahmat dan Karunia-Nya sehigga Skripsi ini dapat diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak Februari 2021 Dengan judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla”**.

Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS sebagai dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Dr Desmintari SE., MM sebagai ketua jurusan Manajemen, Bapak Wahyudi, SE., MM sebagai ketua program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Selain itu, Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada ibu Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., MOS., CPM sebagai dosen pembimbing I dan ibu Dra. Heni Nastiti, M.M sebagai dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan saran, arahan maupun masukan yang bermanfaat bagi penulis. Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada para tenaga pendidik khususnya pada program studi sarjana manajemen yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas.

Selain itu, ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta ibu Winda dan bapak Widodo, kedua adik penulis Sekar dan Azka, kakek, nenek, mbah akung, mbah uti dan keluarga besar, serta sahabat terdekat penulis Daffy Maulidy, dan teman seperjuangan Firli, Kintan, Lita, Nia, dan Punky yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis. Ucapan terimakasih juga kepada seluruh responden yang telah membantu peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini. serta seluruh teman-teman S1 Manajemen 2017 yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat penulis. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik dimasa yang akan datang.

Jakarta, 9 Juli 2021

Faradilah Meida

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRAC.....	vii
BERITA ACARA UJIAN.....	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	7
I.3 Tujuan Penelitian	7
I.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
II.1 Landasan Teori	8
II.1.1 Manajemen Pemasaran.....	8
II.1.2 Perilaku Konsumen	10
II.1.3 Kepuasan Pelanggan.....	10
II.1.4 Kualitas Pelayanan	14
II.1.5 Kepercayaan	16
II.2 Hasil Penelitian Terdahulu	18
II.3 Model Penelitian Empiris	27

II.3.1 Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	27
II.3.2 Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan	28
II.3.3 Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan	28
II.4 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
III.2 Penentuan Populasi dan Sample	32
III.2.1 Populasi	32
III.2.2 Sample	32
III.3 Teknik Pengumpulan Data	33
III.3.1 Jenis Data	34
III.3.2 Sumber Data	34
III.3.3 Pengumpulan Data	34
III.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	36
III.4.1 Teknik Analisis Data	36
III.4.1.1 Analisis Deskriptif	37
III.4.1.2 Analisis Inferensial	37
III.4.2 Uji Hipotesis	42
III.4.2.1 Uji t (Uji parsial)	42
III.4.2.2 Uji F (Uji simultan)	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	45
IV.1.1 Profil Sociolla	45
IV.2 Deskripsi data	46
IV.2.1 Deskripsi data responden	46
IV.4 Analisis data Inferensial	54
IV.4.1 Model pengukuran (Outer Model)	54
IV.4.1.1 Uji Validitas (Convergent Validity)	55
IV.4.1.3 Uji Reliabilitas	59
IV.4.2 Model Struktural (Inner Model)	61

IV.4.3.1 Uji t statistik.....	61
IV.4.3.2 Uji F.....	63
IV.5.1 Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan.....	64
IV.5.2 Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.....	65
IV.5.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan...	66
IV.6 Keterbatasan Penelitian.....	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	67
V.1 Simpulan.....	67
V.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
RIWAYAT HIDUP	75
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Persentase Jumlah Pengunjung	4
Tabel 2. Review Pengguna Sociolla pada Femaledaily Forum.....	5
Tabel 3. Matriks Penelitian Terdahulu	24
Tabel 4. Pengukuran Variabel.....	32
Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	34
Tabel 6. Bobot Penilaian Berdasarkan Skala Likert	36
Tabel 7. statistic deskriptif variabel kepuasan pelanggan	51
Tabel 8. statistic deskriptif variabel Kualitas Pelayanan.....	52
Tabel 9. statistic deskriptif variabel Kepercayaan	53
Tabel 10. Convergent Validity sebelum Re-Estimasi	55
Tabel 11. Convergent Validity setelah Re-Estimasi	56
Tabel 12. AVE sebelum Re-estimasi	57
Tabel 13. AVE setelah Re-Estimasi.....	58
Tabel 14. Cross Loading	58
Tabel 15. Variance Inflation Factor (VIF)	59
Tabel 16. Rata-rata Outer Weight	60
Tabel 17. Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	60
Tabel 18. Nilai R-Square.....	61
Tabel 19. Hasil uji t Statistik.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Persaingan Toko Online di Indonesia	3
Gambar 2. Traffic Pengunjung Sociolla September 2020-Februari 2021.....	4
Gambar 3. Model Penelitian Empiris.....	29
Gambar 4. Langkah-langkah PLS	37
Gambar 5. Rancangan <i>Inner Model</i>	38
Gambar 6. Rancangan <i>Outer Model</i>	38
Gambar 7. Kontruksi Diagram Jalur	39
Gambar 8. Logo E-Commerce Sociolla	45
Gambar 9. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis kelamin	47
Gambar 10. Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	47
Gambar 11. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	48
Gambar 12. Karakteristik responden berdasarkan domisili	49
Gambar 13. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan	50
Gambar 14. Karakteristik responden berdasarkan jumlah pembelian.....	50
Gambar 15. Outer Model	56
Gambar 16. Re-estimasi Outer Model	57
Gambar 17. Inner Model	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Review Pengguna Sociolla	76
Lampiran 2. Matriks Penelitian Terdahulu	77
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 4. Data kuesioner 100 responden.....	84
Lampiran 5. Hasil deskripsi data responden	92
Lampiran 6. Hasil deskripsi data penelitian	93
Lampiran 7. Hasil analisis inferensial	94
Lampiran 8. t tabel	98
Lampiran 9. F tabel	99
Lampiran 10. Hasil Turnitin.....	100