



**ANALISIS KUALITAS SITUS WEB, KEPERCAYAAN  
DAN LOYALITAS PELANGGAN  
PADA TOKO *ONLINE* BUKALAPAK.COM**

**SKRIPSI**

**SHELVINA OLIVIANI**

**1310111123**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2017**



**ANALISIS KUALITAS SITUS WEB, KEPERCAYAAN  
DAN LOYALITAS PELANGGAN  
PADA TOKO *ONLINE* BUKALAPAK.COM**

**SKRIPSI**

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

**SHELVINA OLIVIANI**

**1310111123**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2017**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Shelvina Oliviani

NIM. : 1310111123

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

Jakarta, 05 Juli 2017

Yang Menyatakan



Shelvina Oliviani

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Shelvina Oliviani  
NIM. : 1310111123  
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 Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

### **Analisis Kualitas Situs Web, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Pada Toko *Online* Bukalapak.com**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan 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 : 05 Juli 2017

Yang Menyatakan,



Shelvina Oliviani

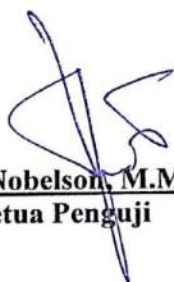
## PENGESAHAN

### ANALISIS KUALITAS SITUS WEB, KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO *ONLINE* BUKALAPAK.COM

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**SHELVINA OLIVIANI**  
1310111123

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
pada tanggal : 05 Juli 2017  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



**Drs. Nobelson, M.M.**  
Ketua Penguji



**Suharyati, S.E., M.M.**  
Penguji I (Pembimbing I)



**Dr. Faisal Marzuki, M.Pd.**  
Penguji II (Pembimbing II)



**Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M. CFMP.**  
Dekan



**Wahyudi, S.E., M.M.**  
Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 05 Juli 2017



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : [puskom@upnvj.ac.id](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GENAP TA. 2016/2017**

Hari ini Rabu , tanggal 05 Juli 2017, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : SHELVINA OLIVIANI

No.Pokok Mahasiswa : 1310111123

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**ANALISIS KUALITAS SITUS WEB, KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO ONLINE BUKALAPAK.COM**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak-Lulus \**)

**Penguji**

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Nobelson, MM	Ketua	1. ....
2	Suharyati, S.E., M.M	Anggota I	2. ....
3	Dr. Faisal Marzuki, M.Pd	Anggota II **)	3. ....

**Keterangan :**

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing



# **Analisis Kualitas Situs Web, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Pada Toko Online Bukalapak.com**

Oleh

**Shelvina Oliviani**

## **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh kualitas situs web dan kepercayaan terhadap struktur loyalitas pelanggan pada pengguna C2C *e-commerce* Bukalapak.com. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling (purposive sampling method)*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner di lingkungan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Data sebanyak 96 responden digunakan sebagai sampel penelitian ini dan di analisis menggunakan *Partial Least Square (PLS)* dengan program SmartPLS 3.2 dan tingkat signifikansi 5%. Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa (1) kualitas situs web mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf yang ditentukan  $\alpha = 0,05$ . (2) kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf yang ditentukan  $\alpha = 0,05$ . (3) kualitas situs web mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan sebagai variabel *intervening* dengan tingkat signifikansi sebesar 0,046 lebih kecil dari taraf yang ditentukan  $\alpha = 0,05$ .

Kata kunci : kualitas situs web, kepercayaan, loyalitas pelanggan, dan *online shop*.

***Analysis of Website Quality, Trust and Customers Loyalty on Online Shop at Bukalapak.com***

**By**

**Shelvina Oliviani**

***Abstract***

*This study was conducted to examine the effect of website quality and trust on customers loyalty. Sampling technique using purposive sampling (purposive sampling method). This research was conducted by distributing questionnaires to 96 respondents in Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jakarta University. Data was analyzed using Partial Least Square (PLS) with SmartPLS 3.2 program and a significance level of 5 %. The results of the testing showed that: (1) The website quality has a significant influence on the trust with a significance level of 0,000 is smaller than the specified level  $\alpha = 0,05$ . (2) The trust has significant effect on the customers loyalty because it has a significance level of 0,000 is smaller than the specified level  $\alpha = 0.05$ . (3) The website quality has a significant influence on the customers loyalty through the mediator of trust with a significance level of 0,046 is smaller than the specified level  $\alpha = 0,05$ .*

*Keywords : website quality, trust, customers loyalty, and online shop.*



## **PRAKATA**

Puji syukur kehadiran Tuhan YME, yang telah senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan dengan judul **“Analisis Kualitas Situs Web, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Pada Toko *Online* Bukalapak.com”**.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Suharyati, S.E., M.M. dan Bapak Dr. Faisal Marzuki, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat.

Di samping itu, ucapan terimakasih juga disampaikan kepada ayah, dan ibu serta seluruh keluarga yang tak henti-hentinya memberikan semangat dan doa kepada penulis. Penulis juga menyampaikan terimakasih kepada teman-teman yang telah membantu dan mendukung dalam penulisan skripsi ini: Shintia, Zee, Gita, Rury, Marta, Laura dan Sani.  
Semoga skripsi ini bermanfaat.

Jakarta, 05 Juli 2017

**Shelvina Oliviani**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	iv
<b>PENGESAHAN</b> .....	v
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	5
I.4 Manfaat Hasil Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
II.1 Penelitian Sebelumnya .....	7
II.2 Landasan Teori.....	13
II.2.1 Loyalitas Pelanggan .....	13
II.2.1.1 Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	13
II.2.1.2 Merancang dan Menciptakan Loyalitas .....	13
II.2.1.3 Tahap-Tahap Loyalitas.....	14
II.2.1.4 Keuntungan Loyalitas Konsumen .....	15
II.2.1.5 Mengukur Loyalitas Konsumen .....	15
II.2.2 Bauran Promosi .....	16
II.2.2.1 Definisi Promosi.....	16
II.2.2.2 Tujuan Strategi Promosi.....	16
II.2.2.3 Alat Promosi atau Metode Bauran Promosi .....	17
II.2.2.3.1 Kualitas Situs Web ( <i>Website Quality</i> ).....	17
II.2.2.3.2 <i>WebQual</i> 4.0.....	18
II.2.2.3.3 Dimensi <i>WebQual</i> 4.0 .....	18
II.2.3 Kepercayaan ( <i>Trust</i> ).....	19
II.2.3.1 Jenis Kepercayaan .....	20
II.2.3.2 Elemen Kepercayaan.....	20
II.2.3.3 Indikator-Indikator Kepercayaan Konsumen .....	21
II.2.4 Bisnis <i>Online</i> atau <i>E-commerce</i> .....	21
II.2.4.1 Pengertian Bisnis <i>Online</i> atau <i>E-commerce</i> .....	21
II.2.4.2 Keuntungan dan Kerugian <i>E-commerce</i> .....	21
II.2.4.3 Model Transaksi <i>E-commerce</i> .....	22
II.2.4.4 Kekuatan Pendorong <i>E-commerce</i> .....	23

II.3	Kerangka Pemikiran .....	23
II.4	Pengembangan Hipotesis .....	24
II.4.1	Kualitas Situs Web Terhadap Kepercayaan Pelanggan .....	24
II.4.2	Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	25
II.4.3	Kualitas Situs Web Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Sebagai Intervening.....	25
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	26
III.1.1	Definisi Operasional.....	26
III.1.2	Pengukuran Variabel .....	27
III.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	27
III.2.1	Populasi .....	27
III.2.2	Sampel .....	28
III.3	Teknik Pengumpulan Data .....	29
III.3.1	Jenis Data .....	29
III.3.2	Sumber Data .....	29
III.3.3	Pengumpulan Data .....	29
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	31
III.4.1	Teknik Analisis Data .....	31
III.4.1.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	31
III.4.1.1.1	Uji Validitas .....	31
III.4.1.1.2	Uji Reliabilitas .....	31
III.4.2	Uji Hipotesis.....	31
III.4.2.1	Uji Signifikan Parsial (Uji t) .....	31
III.4.2.2	<i>Partial Least Square</i> (PLS).....	32
III.4.2.2.1	Cara Kerja <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	33
III.4.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	33
III.5	Kerangka Model Penelitian.....	33
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
IV.1	Hasil Penelitian .....	36
IV.1.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	36
IV.1.2	Deskripsi Data Penelitian .....	37
IV.2	Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	37
IV.2.1	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	37
IV.2.1.1	Uji Validitas Konvergen.....	40
IV.2.1.2	Uji Validitas Diskriminan .....	41
IV.2.1.3	Uji Reliabilitas <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	42
IV.2.2	Model Struktural .....	43
IV.2.2.1	<i>R-Square</i> .....	43
IV.2.2.2	<i>Q-Square</i> .....	44
IV.2.2.3	Koefisien Jalur ( <i>Path Coefficients</i> ) .....	44
IV.2.2.4	Uji t-Statistik .....	45
IV.3	Pembahasan.....	46
IV.3.1	Pengaruh Kualitas Situs Web Terhadap Kepercayaan.....	47
IV.3.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	47

IV.3.3	Pengaruh Kualitas Situs Web Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan.....	48
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	49
V.1	Kesimpulan.....	49
V.2	Saran.....	49
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	51
	<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Perilaku Pengguna <i>Internet</i> Indonesia Tahun 2016 .....	2
Tabel 2.	<i>Website E-commerce</i> Paling Dikenal .....	3
Tabel 3.	Loyalitas Konsumen <i>E-Commerce Site</i> .....	3
Tabel 4.	Matriks Penelitian Sebelumnya Berkaitan Dengan Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan.....	10
Tabel 5.	<i>The Provenance of WebQual 4.0</i> .....	19
Tabel 6.	Operasional Variabel.....	27
Tabel 7.	Skala Likert .....	30
Tabel 8.	Kisi-Kisi Instrumen .....	30
Tabel 9.	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha .....	31
Tabel 10.	Data Responden.....	37
Tabel 11.	<i>Outer Loading Factor</i> Hasil <i>Output PLS</i> .....	41
Tabel 12.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> Hasil <i>Output PLS</i> .....	41
Tabel 13.	<i>Fornell-Lacker Criterium</i> Hasil <i>Output PLS</i> .....	42
Tabel 14.	<i>Composite Reability</i> Hasil <i>Output PLS</i> .....	42
Tabel 15.	<i>Croanbach's Alpha</i> Hasil <i>Output PLS</i> .....	43
Tabel 16.	Nilai <i>R-Square</i> dan <i>R-Square Adjusted</i> .....	43
Tabel 17.	<i>Q-Square</i> Hasil <i>Output PLS</i> .....	44
Tabel 18.	Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur .....	45
Tabel 19.	Hasil Nilai Uji t-Statistik.....	45
Tabel 20.	Interpretasi Hasil Koefisien Jalur .....	46

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 2. Langkah-Langkah Analisis PLS.....	32
Gambar 3. Kerangka Model Penelitian.....	34
Gambar 4. Nilai Loading Faktor Menggunakan Diagram Jalur PLS.....	38
Gambar 5. Nilai Loading Faktor Menggunakan Diagram Jalur PLS Setelah Re-estimasi.....	39
Gambar 6. Nilai Loading Faktor Menggunakan Diagram Jalur PLS Setelah Re-estimasi Kedua.....	40

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Data 96 Responden Kualitas Situs Web
Lampiran 3	Data 96 Responden Kepercayaan
Lampiran 4	Data 96 Responden Loyalitas Pelanggan
Lampiran 5	Hasil Uji Model Pengukuran
Lampiran 6	Tabel Uji t & Uji r Produk Moment
Lampiran 7	Loyalitas Pelanggan Bukalapak.com
Lampiran 8	Surat Riset