

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA SITUS ONLINE
SHOP LAZADA**

TUGAS AKHIR



DITA TANZILA

1151001062

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA SITUS ONLINE
SHOP LAZADA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



DITA TANZILA

1151001062

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang diuji maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Dita Tanzila

NIM : 1151001062

Tanda Tangan :



Tanggal : 14 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dita Tanzila
NIM : 1151001062
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA SITUS ONLINE SHOP LAZADA

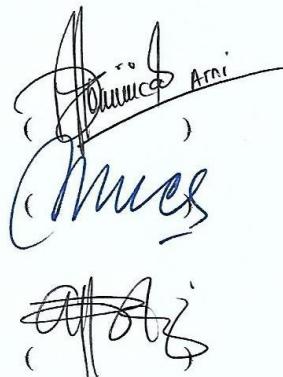
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Pengaji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica Arni Widystuti, SE., MM

Pengaji I : Muchsin Sagaff Shihab, S.E., M.Sc.,
M.B.A., Ph.D

Pengaji II : Ananda Fortunisa, S.E., M.Si



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 14 Agustus 2019

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir tentang **“PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA SITUS ONLINE SHOP LAZADA”**. Penulis Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang selalu memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Dominica Arni Widyastuti, SE., MM selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta juga dengan sabar memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
2. Bapak Muchsin Sagaff Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D selaku dosen pengaji yang telah meluangkan waktunya, memberikan masukan dan saran kepada penulis.
3. Ibu Ananda Fortunisa, S.E., M.Si selaku dosen pengaji yang telah meluangkan waktunya, memberikan masukan dan saran kepada penulis.
4. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan dan penyusunan tugas akhir.
5. Bapak Rohmani dan Ibu Siti Hasunah selaku orang tua dari penulis yang selalu mendoakan penulis, memberikan bantuan material dan moral sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan lancar dan tepat waktu.
6. Via Yanti Mala selaku kakak dari penulis yang telah memberikan bantuan ilmu, mendoakan penulis, selalu memberikan semangat

yang tidak ada hentinya kepada penulis selama mengerjakan tugas akhir ini.

7. Fidhiyah, Adinda Syifa Kamalia selaku kakak dan adik dari penulis yang selalu memberikan bantuan ilmu, memberikan semangat dan selalu menemani penulis untuk mengerjakan tugas akhir ini.
8. Tante Ema, Tante Ria, Mas Oki, Bude Mamai yang sudah memberikan masukan dan membantu penulis dalam mengerjakan Tugas Akhir.
9. Nurdiana Rismaini, Putri Daryanti, Angel Andreas Ravenska, Ulvi Nur Hasanah, Evangelystha Lumban Tobing, Firly Avista Ramadina, Maryam Fadhliyah. Selaku teman baik penulis yang telah banyak membantu dan menyemangati penulis mulai dari awal perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Panda, Serli, Asooy, yang telah membantu penulis dalam hal apapun, memberikan semangat dan selalu ada untuk penulis.
11. Teman-teman program studi Manajemen 2015 yang selalu memberikan semangat dan dukungan satu sama lain.
12. Serta pihak lain yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir yang tidak dapat disebutkan namanya satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan baik dalam hal teori maupun praktik. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik, saran, dan masukan yang membangun untuk menyempurnakan Tugas Akhir ini. Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat.

Jakarta, 14 Agustus 2019



Dita Tanzila

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dita Tanzila
NIM : 1151001062
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Kuantitatif

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA SITUS ONLINE SHOP LAZADA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 14 Agustus 2019

Yang menyatakan



Dita Tanzila

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA SITUS ONLINE SHOP LAZADA

Dita Tanzila¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas konsumen pada situs *online shop* Lazada. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu yaitu konsumen yang pernah melakukan transaksi minimal 2 kali di dalam 6 bulan terakhir pada situs *online shop* Lazada. Pada penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Hasil penelitian Uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.000 yaitu kurang dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan dan komitmen secara simultan mempengaruhi loyalitas konsumen karena nilai signifikansinya kurang dari 0.05. Untuk hasil penelitian Uji T menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel kepercayaan sebesar $0.002 < 0.05$ dan hasil signifikansi untuk variabel komitmen sebesar $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara masing-masing variabel kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini memiliki keterbatasan indikator dalam variabel komitmen yang diukur sehingga disarankan untuk mengukur variabel komitmen menggunakan alat ukur yaitu komitmen afektif.

Kata kunci: Kepercayaan, Komitmen, Loyalitas Konsumen.

THE EFFECT OF TRUST AND COMMITMENT TO CONSUMER LOYALTY ON LAZADA ONLINE SHOP SITE

Dita Tanzila¹

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of trust and commitment to consumer loyalty on Lazada's online shop site. The sampling technique used in this study was purposive sampling. Purposive sampling is a sampling of data sources with certain considerations, namely consumers who have made transactions at least 2 times in the last 6 months on the Lazada online shop site. In this research sampling was done by distributing questionnaires with 100 respondents. The results of the F Test show a significant value of 0.000 less than 0.05, so it can be concluded that there is evidence that the variables of trust and commitment simultaneously affect consumer loyalty because the significance value is less than 0.05. For the results of the T-test, the significant value for the trust variable is $0.002 < 0.05$ and the significant results for the commitment variable are $0.000 < 0.05$, so that it can be concluded that there is a partially significant influence between each variable of trust and commitment to consumer loyalty. This study has limited indicators in the commitment variable measured so it is recommended to measure the commitment variable using a measuring instrument that affects commitment.

Keywords: Trust, Commitment and Customer Loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Tinjauan Pustaka.....	9
2.1.1. Kepercayaan.....	9
2.1.2. Komitmen.....	13
2.1.3. Loyalitas Konsumen.....	16
2.2. Penelitian Terdahulu	20
2.3. Kerangka Pemikiran	21
2.4. Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1. Variabel Penelitian dan Pengukurannya	22
3.1.1. Variabel Penelitian.....	22
3.1.2. Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	23
3.2. Populasi dan Sampel.....	24
3.2.1. Populasi	24
3.2.2. Sampel	25
3.2.3. Kriteria Sampel.....	26
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	26

3.3.1. Data Primer	26
3.4. Uji Instrumen Data	27
3.4.1. Uji Validitas.....	27
3.4.2. Uji Reliabilitas.....	27
3.4.3. Analisis Deskriptif.....	27
3.4.4. Uji Asumsi Klasik.....	28
3.4.5. Analisis Regresi Berganda	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1. Pre-Test Kuesioner	31
4.2. Karakteristik Responden.....	32
4.3. Analisis Statistik	35
4.3.1. Uji Validitas.....	35
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	36
4.4. Analisis Deskriptif.....	36
4.4.1. Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan	36
4.4.2. Analisis Deskriptif Variabel Komitmen	37
4.4.3. Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen	38
4.5. Uji Asumsi Klasik	39
4.5.1. Uji Normalitas.....	39
4.5.2. Uji Heteroskedastisitas.....	39
4.6. Analisis Regresi Berganda	40
4.6.1. Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	42
4.6.2. Uji t	43
4.6.3. Uji F	45
4.7. Pembahasan Hasil Penelitian	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
5.1. Kesimpulan	48
5.2. Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50
Lampiran.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Review Konsumen Lazada (2018)	4
Gambar 2 Kerangka Pemikiran	21

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peta E-Commerce Indonesia.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel	24
Tabel 4.1 Hasil Pre-Test Uji Validitas	31
Tabel 4.2 Hasil Pre-Test Uji Reliabilitas	32
Tabel 4.3 Karakteristik Responden.....	33
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	35
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.6 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot).....	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)	42
Tabel 4.10 Hasil Uji F	45

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner	55
LAMPIRAN 2 Pre-Test Uji Validitas	59
LAMPIRAN 3 Pre-Test Reliabilitas Statistics (kepercayaan)	61
LAMPIRAN 4 Pre-Test Reliabilitas Statistics (komitmen)	61
LAMPIRAN 5 Pre-Test Reliabilitas Statistics (loyalitas konsumen)	61
LAMPIRAN 6 Analisis Deskriptif	61
LAMPIRAN 7 Karakteristik Responden	62
LAMPIRAN 8 Uji Validitas	64
LAMPIRAN 9 Uji Reliabilitas (kepercayaan)	66
LAMPIRAN 10 Uji Reliabilitas (komitmen)	66
LAMPIRAN 11 Uji Reliabilitas (loyalitas konsumen)	66
LAMPIRAN 12 One Sample Kolmogorov-Smirnov Test	67
LAMPIRAN 13 Uji Heteroskedastisitas (scatterplot)	67
LAMPIRAN 14 Model Summary	68
LAMPIRAN 15 ANOVA Uji F	68
LAMPIRAN 16 Hasil Analisis Regresi Berganda dan Uji t	68