

**PENGARUH HAMBATAN BERALIH PADA LOYALITAS
PELANGGAN *E-COMMERCE* DI INDONESIA**

TUGAS AKHIR



RAFI PEBRIAN SUBAN

1142003021

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER**

UNIVERSITAS BAKRIE

2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Rafi Pebrian Suban

NIM : 1142003021

Tanda Tangan :



Tanggal : 28 Agustus 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rafi Pebrian Suban
NIM : 1142003021
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknik dan Ilmu Komputer
Judul Skripsi : Pengaruh *Switching Barrier* Pada Loyalitas
Pelanggan Situs Belanja *Online* di Indonesia

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Wijaya Adidarma, S.T., M.M

Penguji 1 : Adi Budi Priyanto, S.T., M.T., Dr.

Penguji 2 : Edo Suryopratomo, S.T., MSc



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 28 Agustus 2018

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kehadirat Allah SWT, atas berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan lancar. Penulisan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri pada Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Universitas Bakrie.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itulah, penulis sebagai penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang terus membantu penulis selama proses penyusunan tugas akhir ini, yaitu kepada:

1. Allah SWT.
2. Ibu penulis, Ibu Tieke Rahwawati, yang tiada henti memberikan kasih sayang kepada anak-anaknya, yang tidak pernah berhenti berjuang membesarkan anak-anaknya seorang diri, yang selalu menjadi motivasi penulis agar dapat menyelesaikan studi sampai sekarang.
3. Ayah penulis, Bapak A Priyadi Suban, walaupun tidak selalu ada bersama penulis tetapi tidak pernah berhenti mendoakan dan memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
4. Kakak penulis, Ratu Lestari Atisa Rahayu, tidak hanya sebagai kakak, tapi juga sahabat yang selalu memberikan pelajaran berharga bagi penulis.
5. Bapak Ir. Esa Haruman Wiraatmaja, M.Sc.Eng, Ph.D selaku Dekan Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Universitas Bakrie.
6. Bapak Ir. Gunawarman Hartono, M.Eng selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Bakrie.
7. Bapak Wijaya Adidarma, S.T., M.M., selaku dosen pembimbing yang dengan sangat sabar membimbing penulis, berkat beliau lah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir penulis dengan baik dan tepat waktu.
8. Bapak dan Ibu dosen Teknik Industri Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu serta motivasi kepada penulis selama masa perkuliahan sampai penyusunan tugas akhir.

9. Seluruh pihak BAA, terutama Mba Cindy, Mba Arin, Mba Frida, Mba Ema, Mas Isya, Mas Anwar, Mas Taufik, Mas Anang, dan semua yang tidak bias penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu dan memperlancar perkuliahan penulis dan teman-teman penulis.
10. Soza Brilliant Untari, Ni Luh Hartati Wulandari, Ulvie Maharani, dan Novi Antonio, sebagai sahabat penulis yang selalu memberikan semangat, dan dengan sabar membantu penulis dalam proses penulisan tugas akhir ini, serta sabar mendengarkan keluh kesah dan kesulitan penulis selama perkuliahan sampai tugas akhir ini selesai.
11. Keluarga Pabes, Thia, Tia, Nadya, Aliya, Iqbal, Affan, dan Akmal sebagai sahabat di luar perkuliahan yang selalu menghibur penulis. Teman-teman Teknik Industri angkatan 2014 tercinta (Grace, Dynda, Annissa, Ira, Adi, Heri, Helga, Kahfi, Sonya, Prayendi, Devi, Fitri, Gerry, Bagas, Fhiqri, dan Fadli), adik-adik tingkat (Rachel, Kamila, Venezia, Bayu), dan kakak-kakak tingkat yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah mewarnai hari-hari penulis selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis sendiri. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca untuk perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga penelitian tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca dan bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 28 Agustus 2018

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Rafi Pebrian Suban
NIM : 1142003021
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknik dan Ilmu Komputer
Jenis Tugas Akhir : Kuantitatif kualitatif

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 *SWITCHING BARRIER* PADA LOYALITAS SITUS BELANJA *ONLINE* DI INDONESIA”

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 : 28 Agustus 2018

Yang menyatakan



(Rafi Pebrian Suban)

**PENGARUH SWITCHING BARRIER PADA LOYALITAS PELANGGAN
SITUS BELANJA *ONLINE* DI INDONESIA**

Rafi Pebrian Suban

ABSTRAK

Situs belanja *online* merupakan salah satu bentuk dari perkembangan internet dimana pelaku bisnis dapat memasarkan dan menjual produk dagangnya di lapak yang telah disediakan secara *online*. *Switching barrier* merupakan strategi pemasaran yang harus dikembangkan oleh setiap perusahaan agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *switching cost* (*learning cost*, *artificial cost*, *uncertainty cost*), *relational benefits* (*confidence benefits* dan *special treatment benefits*), serta *availability and attractiveness of alternatives* pada loyalitas pelanggan situs belanja *online* di Indonesia. Penelitian ini menggunakan analisis korelasi, analisis faktor dan regresi linier untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan program SPSS. Penelitian menemukan bahwa *switching cost* tidak berpengaruh pada loyalitas pelanggan. Sementara itu *relational benefits* berpengaruh secara parsial pada loyalitas pelanggan (*artificial cost* berpengaruh pada loyalitas pelanggan). *Availability and attractiveness of alternatives* juga tidak berpengaruh pada loyalitas pelanggan situs belanja *online*. Penelitian lanjutan mungkin dapat dilakukan dengan alat ukur dan metode analisis yang lebih baik untuk mempertajam hasil dari penelitian ini, serta memperbesar sampel dan cakupan penelitian agar hasil penelitian ini lebih akurat.

Kata Kunci : *Switching barrier*, Loyalitas Pelanggan, *Switching cost*, *Relational benefits*, *Availability and attractiveness of alternatives*

***THE INFLUENCE OF SWITCHING BARRIER ON THE CUSTOMER
LOYALTY OF ONLINE SHOPPING SITES IN INDONESIA***

Rafi Pebrian Suban

ABSTRACT

Online shopping sites are one kind of internet development where businessmen can market and sell their products on the stall that have been provided online. Switching barrier is a marketing strategy that must be developed by each company in order to increase customer loyalty. This study aims to determine the effect of switching cost (learning costs, artificial costs, uncertainty costs), relational benefits (confidence benefits and special treatment benefits), as well as the availability and attractiveness of alternatives on customer loyalty in online shopping sites in Indonesia. This study uses correlation analysis, factor analysis and linear regression to test hypotheses using the SPSS program. Research found that switching cost had no effect on customer loyalty. Meanwhile, relational benefits have a partial effect on customer loyalty (special treatment benefits affect customer loyalty). The availability and attractiveness of alternatives also has no effect on customer loyalty on online shopping sites. Further research may be carried out with better measuring tools and analytical methods to sharpen the results of this study, as well as enlarge the sample and scope of research so that the results of this study are more accurate.

Keywords : Switching Barrier, Customer Loyalty, Relational Benefits, Availability and Attractiveness of Alternatives

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Perumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.6 Sistematika Penulisan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
LANDASAN TEORI	Error! Bookmark not defined.
2.1 <i>Switching barrier</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 <i>Switching cost</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 <i>Relational benefits</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 <i>Availability and attractiveness of alternatives</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2 Loyalitas Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Pengaruh <i>Switching cost</i> pada Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.4 Pengaruh <i>Relational benefits</i> pada Loyalitas Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
2.5 Pengaruh <i>Availability and attractiveness of alternatives</i> pada Loyalitas Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....	Error! Bookmark not defined.

METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Kerangka Berpikir dan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3.2 Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3 Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Sumber Data Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.3.3 Metode Analisis	Error! Bookmark not defined.
3.3.4 Konstruk Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4 Skala Pengukuran Variabel	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
4.2 Analisis Kuantitatif	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Analisis Faktor	Error! Bookmark not defined.
4.2.4 Analisis Multiple Regresi	Error! Bookmark not defined.
4.3 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Pengaruh <i>Switching cost</i> pada Loyalitas Pelanggan ..	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Pengaruh <i>Relational benefits</i> pada Loyalitas Pelanggan ..	Error! Bookmark not defined.
4.3.3 Pengaruh <i>Availability and attractiveness of alternatives</i> pada Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Hipotesis.....	17
Gambar 4.1 Kelompok Jenis Kelamin Responden.....	25
Gambar 4.2 Kelompok Usia Responden.....	26
Gambar 4.3 Kelompok Pekerjaan Responden.....	26
Gambar 4.4 Kelompok Domisili Responden.....	27

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Konstruk Penelitian.....	21
Tabel 3.2 Tabel Indikator Penelitian.....	22
Tabel 3.3 Tabel Indikator Penelitian (lanjutan).....	23
Tabel 3.4 Tabel Skala Likert.....	24
Tabel 4.1 Tabel Frekuensi Situs Belanja <i>Online</i> yang Pernah Digunakan....	27
Tabel 4.2 Tabel Frekuensi Responden yang Memilih Sejumlah Situs Belanja <i>Online</i>	28
Tabel 4.3 Tabel Jumlah Situs Belanja <i>Online</i> yang Sering Digunakan.....	29
Tabel 4.4 Nilai Variabel <i>Learning Cost</i> (LC).....	29
Tabel 4.5 Nilai Variabel <i>Artificial Cost</i> (AC).....	30
Tabel 4.6 Nilai Variabel <i>Uncertainty Cost</i> (UC).....	30
Tabel 4.7 Nilai Variabel <i>Confidence Benefits</i> (CB).....	31
Tabel 4.8 Nilai Variabel <i>Special Treatment Benefits</i> (STB).....	31
Tabel 4.9 Nilai Variabel <i>Availability and Attractiveness of Alternatives</i> (AAA).....	32
Tabel 4.10 Nilai Variabel Loyalitas Pelanggan.....	32
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Variabel <i>Switching Cost</i>.....	33
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Variabel <i>Relational Benefits</i>.....	34
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Variabel <i>Availability and Attractiveness of Alternatives</i>.....	34
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	35
Tabel 4.15 Nilai Korelasi Antar Variabel.....	36
Tabel 4.16 Analisis Faktor Variabel <i>Switching Cost</i>.....	37

Tabel 4.17 Analisis Faktor Variabel <i>Switching Cost</i> (lanjutan)	37
Tabel 4.18 Analisis Faktor Variabel <i>Relational Benefits</i>	38
Tabel 4.19 Analisis Regresi Linier <i>Switching Cost</i> dan Loyalitas Pelanggan ..	39
Tabel 4.20 Analisis Regresi Linier <i>Relational Benefits</i> dan Loyalitas Pelanggan	40
Tabel 4.21 Analisis Regresi Linier <i>Availability and Attractiveness of Alternatives</i> dan Loyalitas Pelanggan	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner.....51
Lampiran II Output SPSS.....55