

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya ini.

Penulismeyakinibahwapengungkapan,penyajian,maupunpenggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T, M.M. selaku Direktur Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya dan selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan segala waktunya, tenaga, serta memberikan dorongan yang begitu besar dari awal hingga penelitian ini bisa diselesaikan dengan baik dan banyak membantu penulis selama proses pembelajaran di UPH kampus Surabaya hingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M., selaku ketua jurusan manajemen dan dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak Dr. Yanuar Dananjaya B.Sc., M.M selaku dosen serta penguji pertama yang turut serta dalam memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
4. Bapak & Ibu dosen jurusan Magister manajemen yang telah mendidik dan juga memberikan semangat serta dorongan untuk segera menyelesaikan penelitian ini.

5. Keluarga saya, Papa, Mama , adik yang terus memberikan doanya serta memberikan semangat serta dorongan agar cepat menyelesaikan penelitian ini.
6. Teman Baik saya Tiara Christania Sampouw S.Hub.Int yang senantiasa memberikan bantuannya serta memberikan doa dan motivasi agar penulis bisa menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
7. Teman teman yang termasuk dalam grup penting saya Seisy Elvira Palit S.M, CSMA, Janice Carysa Siahaya S.M, CSMA, Axcel Angriawan S.M. CSMA, Calvin Setia dan Nella Runtulalo yang telah mendukung dan membantu dalam penyelesaian penelitian ini.
8. Teman Teman Seperjuangan saya, Calvin, Seisy, Janice, Axcel Gilang, Ray, Zatira, Nancy, Arif, Benny, Retha, Weny, Edward, Wahyudi, Kartika, Evan, Fandy, Denys, Monica, Feri, Pak Yusuf, Sella, dan Desia yang telah membantu dan berjuang bersama dalam menyelesaikan perkuliahan.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 13 Desember 2020

Sukristiawan Joel W Bolo

## DAFTAR ISI

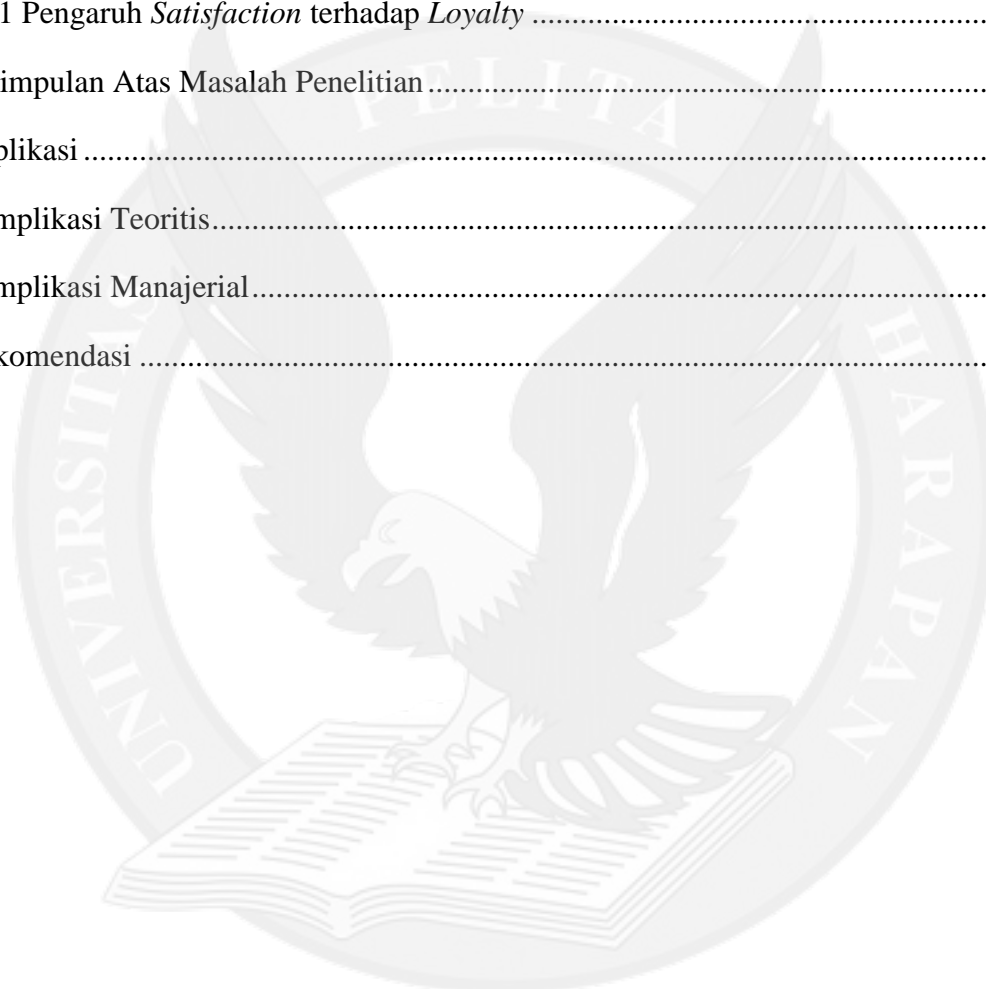
TUGAS AKHIR .....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	1
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah .....	10
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat.....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	13
1.5.2 Manfaat Praktis.....	13
1.6 Sitematika Penulisan.....	13
BAB II .....	15
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	15
2.1 Landasan Teori .....	15
2.1.1 <i>Fulfillment</i> .....	15
2.1.2. <i>Responsiveness</i> .....	16
2.1.3 <i>Website Design</i> .....	18

2.1.4 <i>Privacy</i> .....	19
2.1.5 <i>Trust</i> .....	21
2.1.6 <i>Satisfaction</i> .....	22
2.1.7 <i>Loyalty</i> .....	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	28
2.3.1 Pengaruh <i>Fulfillment</i> terhadap <i>Trust</i> .....	28
2.3.2 Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap <i>Trust</i> .....	29
2.3.3 Pengaruh <i>Website Design</i> terhadap <i>Trust</i> .....	29
2.3.4 Pengaruh <i>Privacy</i> terhadap <i>Trust</i> .....	30
2.3.5 Pengaruh <i>Fulfillment</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	31
2.3.6 Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	32
2.3.7 Pengaruh <i>Website Design</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	32
2.3.8 Pengaruh <i>Privacy</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	33
2.3.9 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	34
2.3.10 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Loyalty</i> .....	35
2.3.11 Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Loyalty</i> .....	36
2.4 Model Penelitian.....	37
2.5 Bagan Alur berpikir .....	37
<b>BAB III</b> .....	<b>40</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>40</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	40
3.1.2 Jenis Data.....	41
3.2 Populasi dan Sampel.....	41
3.2.1 Populasi .....	41
3.2.2 Sampel .....	42
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	43

3.4 Definisi operasional dan pengukuran variable .....	46
3.5 Metode Analisa Data .....	50
3.5.1 Pengolahan Data .....	50
3.5.2 Pengujian Hipotesis .....	51
3.5.3 Uji Reliabilitas .....	63
BAB IV .....	64
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	64
4.1 Gambaran Umum .....	64
4.1.1 Tokopedia .....	64
4.1.2 Profil Responden .....	66
4.1.2.1 Jenis Kelamin Responden.....	66
4.1.2.2 Usia Responden .....	67
4.2 Analisis Data.....	68
4.2.1 Tanggapan Responden.....	69
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel .....	79
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Fulfilment</i> .....	79
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Responsiveness</i> .....	80
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Website Design</i> .....	81
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Privacy</i> .....	82
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Trust</i> .....	84
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap <i>Satisfaction</i> .....	85
4.2.2.7 Penjelasan Responden terhadap <i>Loyalty</i> .....	86
4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data .....	87
4.2.3.1 Evaluasi Normalitas Data .....	89
4.2.3.2 Evaluasi Outliners.....	91
4.2.3.2.1 Univariate Outliers .....	91
4.2.3.2.2 Multivariate Outliers.....	92

4.2.3.3 Evaluasi Multicollinearity dan Singularity.....	93
4.2.3.4 Analisis Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ).....	94
4.2.3.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen .....	94
4.2.3.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	96
4.2.4 Analisis Full Structural Equation Modeling.....	97
4.2.4 Uji <i>Reliability</i> .....	101
4.2.5 Hasil Pengujian Hipotesis.....	102
4.2.5.1 Pengujian Hipotesis 1 (H1).....	103
4.2.5.2 Pengujian Hipotesis 2 (H2).....	104
4.2.5.3 Pengujian Hipotesis 3 (H3).....	105
4.2.5.4 Pengujian Hipotesis 4 (H4).....	105
4.2.5.5 Pengujian Hipotesis 5 (H5).....	106
4.2.5.6 Pengujian Hipotesis 6 (H6).....	106
4.2.5.7 Pengujian Hipotesis 7 (H7).....	107
4.2.5.8 Pengujian Hipotesis 8 (H8).....	108
4.2.5.9 Pengujian Hipotesis 9 (H9).....	108
4.2.5.10 Pengujian Hipotesis 10 (H10).....	109
4.2.5.11 Pengujian Hipotesis 11 (H11).....	109
4.3 Pembahasan .....	110
BAB V .....	132
KESIMPULAN .....	132
5.1 Simpulan.....	132
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis .....	132
5.1.1.1 Pengaruh <i>Fulfillment</i> terhadap <i>Trust</i> .....	132
5.1.1.2 Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap <i>Trust</i> .....	133
5.1.1.3 Pengaruh <i>Website Design</i> terhadap <i>Trust</i> .....	134
5.1.1.4 Pengaruh <i>Privacy</i> terhadap <i>Trust</i> .....	135

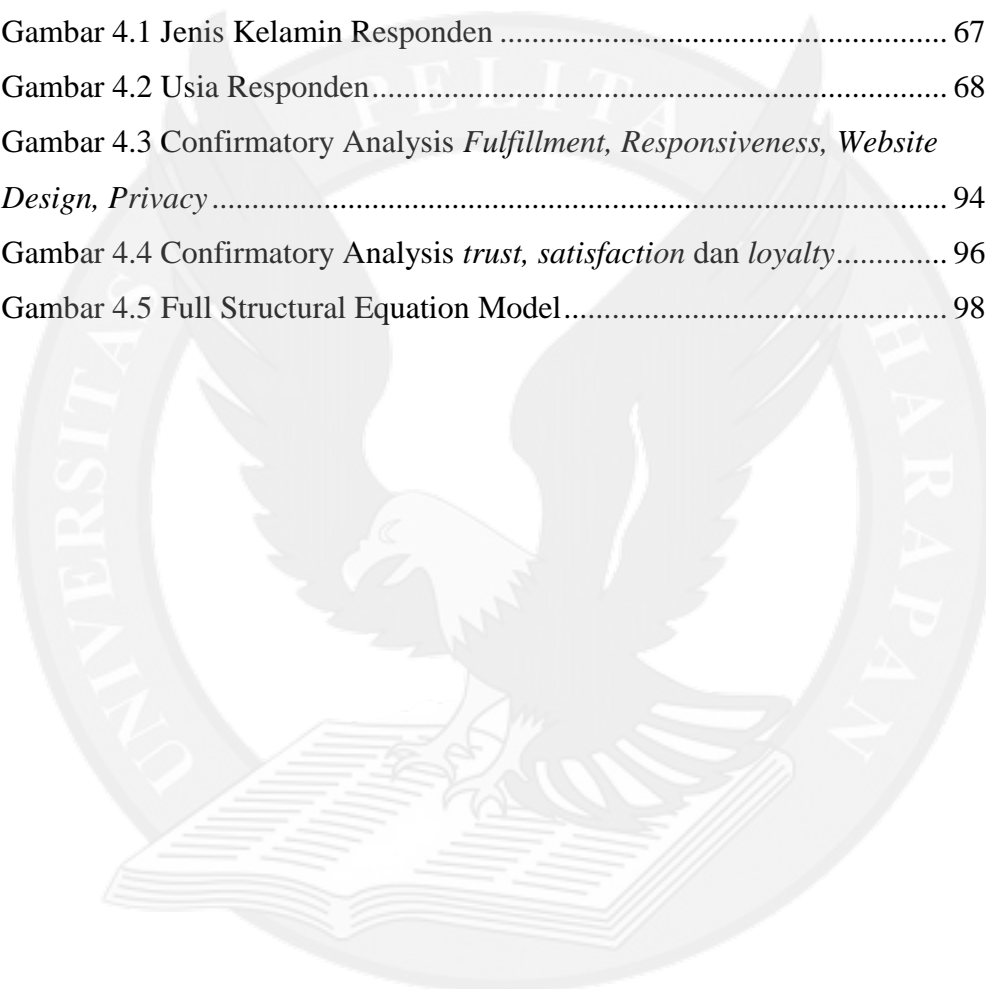
5.1.1.5 Pengaruh <i>Fulfillment</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	136
5.1.1.6 Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	136
5.1.1.7 Pengaruh <i>Website Design</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	138
5.1.1.8 Pengaruh <i>Privacy</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	138
5.1.1.9 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	139
5.1.1.10 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Loyalty</i> .....	140
5.1.1.11 Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Loyalty</i> .....	141
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian .....	143
5.2 Implikasi .....	144
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	144
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	146
5.3 Rekomendasi .....	153





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tampilan Logo Tokopedia.....	3
Gambar 1. 2 Tampilan utama Tokopedia.....	8
Gambar 2. 1 model penelitian yang diajukan .....	37
Gambar 3. 1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis .....	55
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	67
Gambar 4.2 Usia Responden.....	68
Gambar 4.3 Confirmatory Analysis <i>Fulfillment, Responsiveness, Website Design, Privacy</i> .....	94
Gambar 4.4 Confirmatory Analysis <i>trust, satisfaction dan loyalty</i> .....	96
Gambar 4.5 Full Structural Equation Model.....	98





## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Design inti kuisisioner .....	45
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	46
Tabel 3. 3 Keterangan Indikator Konstruk.....	54
Tabel 3. 4 Keterangan Hubungan Konstruk.....	55
Tabel 3. 5 Konstruk Eksogen .....	56
Tabel 3. 6 Konstruk Endogen.....	57
Tabel 3. 7 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (Goodness of Fit Index) 62	
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	66
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	67
Tabel 4. 3 Derajat Penilaian Setiap Variabel .....	69
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap <i>Fulfillment</i> .....	70
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap <i>Responsiveness</i> .....	71
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap <i>Website Design</i> .....	72
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap <i>Privacy</i> .....	74
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap <i>Trust</i> .....	75
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap <i>Satisfaction</i> .....	76
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden terhadap <i>Loyalty</i> .....	77
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Fulfillment</i> .....	79
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Responsiveness</i> ....	80
Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Website Design</i> ....	81
Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Privacy</i> . .....	83
Tabel 4. 15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Trust</i> . .....	84
Tabel 4. 16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Satisfaction</i> . .....	85
Tabel 4. 17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Loyalty</i> . .....	86
Tabel 4. 18 Goodness of Fit Index .....	88
Tabel 4. 19 Hasil Uji Normalitas Data.....	90
Tabel 4. 20 Statistik Deskriptif Z-score .....	91
Tabel 4. 21 Mahalonobis Distance.....	93
Tabel 4. 22 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor <i>Fulfillment, Responsiveness, Website Design, Privacy</i> .....	95

Tabel 4. 23 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Trust, Satisfaction</i> dan <i>Loyalty</i> .....	97
Tabel 4. 24 Index Pengujian Kelayakan .....	99
Tabel 4. 25 <i>Regression Weights Full Structural Equation Model</i> .....	100
Tabel 4. 26 Uji Reliability.....	102
Tabel 4. 27 Hasil Uji Hipotesis .....	103
Tabel 4. 28 Indikator Variabel <i>Fulfillment</i> .....	119
Tabel 4. 29 Indikator Variabel <i>Responsiveness</i> .....	120
Tabel 4. 30 Indikator Variabel <i>Website Design</i> .....	122
Tabel 4. 31 Indikator Variabel <i>Privacy</i> .....	124
Tabel 4. 32 Indikator Variabel <i>Trust</i> .....	126
Tabel 4. 33 Indikator Variabel <i>Satisfaction</i> .....	128
Tabel 4. 34 Indikator Variabel <i>Loyalty</i> .....	129
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis .....	144
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial .....	150

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : KUISIONER .....	163
LAMPIRAN B : TABULASI DATA DAN KUISIONER .....	167
LAMPIRAN C : HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....	171
LAMPIRAN D : HASIL PENGUJIAN STRUCTURAL EQUATION MODEL (SEM).....	179

