

KATA PENGANTAR

Pertama-tama ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang selalu 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. Pada penelitian ini, menulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian serta penggunaan kata-kata dan bahasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya melalui semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sangat besar pada pihak-pihak yang telah membantu serta mendukung atas terselesainya penelitian ini sampai akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku Executive Director dan Associate Dean serta pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia, S.E., M.M, RFP-I, CSMA, selaku kepala program studi manajemen dan pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di UPH Surabaya.
3. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, dosen pembimbing pertama yang telah mencurahkan perhatian yang begitu besar, waktu,

tenaga, kesabaran, serta memberikan dukungan yang begitu tinggi kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.

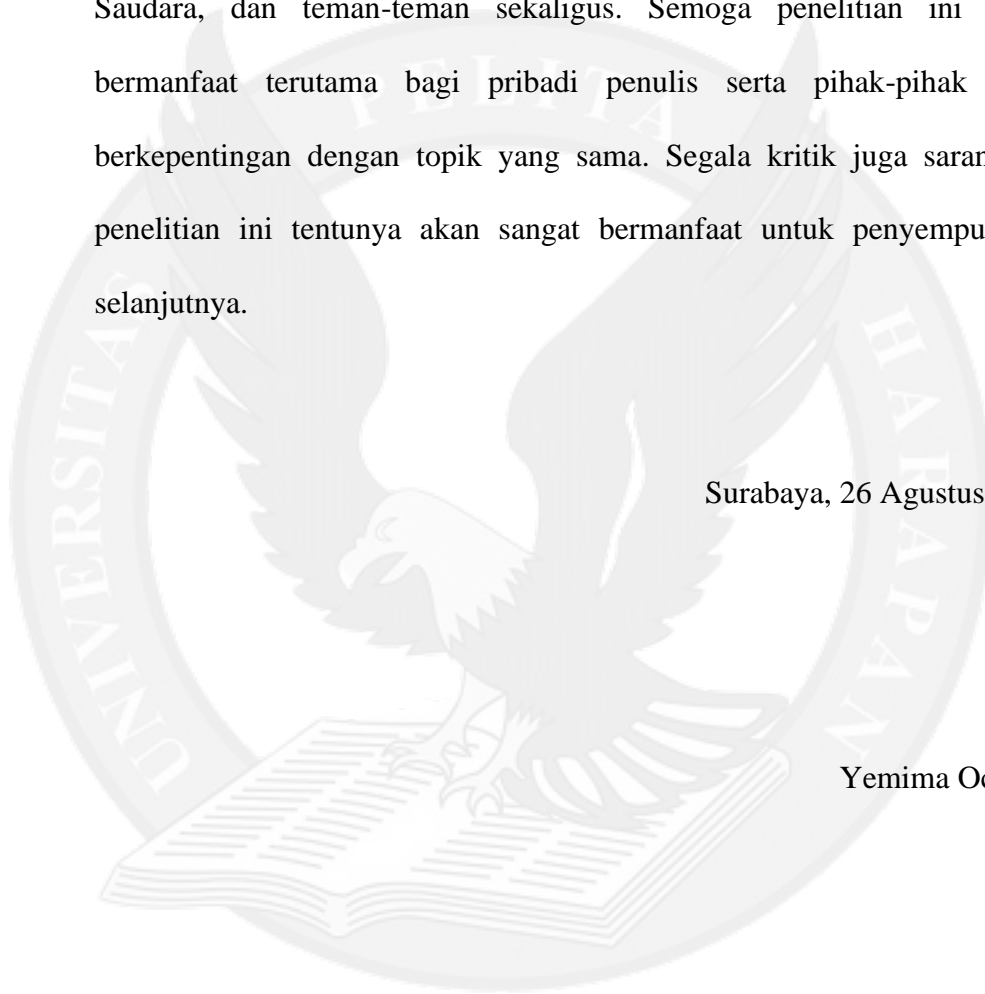
4. Ibu Dr. Amelia, S.E., M.M, RFP-I, CSMA, selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu, membimbing, memberi perhatian, tenaga dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
5. Ibu Janice, selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
6. Bapak Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc, M.M, selaku dosen penguji kedua yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
7. Keluarga saya Mama, Papa, Koko Andreas, kembaran saya Yohana yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat serta dukungan penuh dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Teman-teman seperjuangan saya, Irine Indah, Derika Ciawi, Averia Lana, Maria Chrysilla, Margareta Sheila, Kirana Amelia yang membantu proses pengerjaan penelitian ini serta teman-teman seperjuangan saya yang terus menyemangati dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui bersama selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya, terutama yang sudah membantu dan memberikan dukungan dalam penelitian ini.

9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang sudah 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 dapat bermanfaat terutama bagi pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik juga saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 26 Agustus 2021

Yemima Octavia



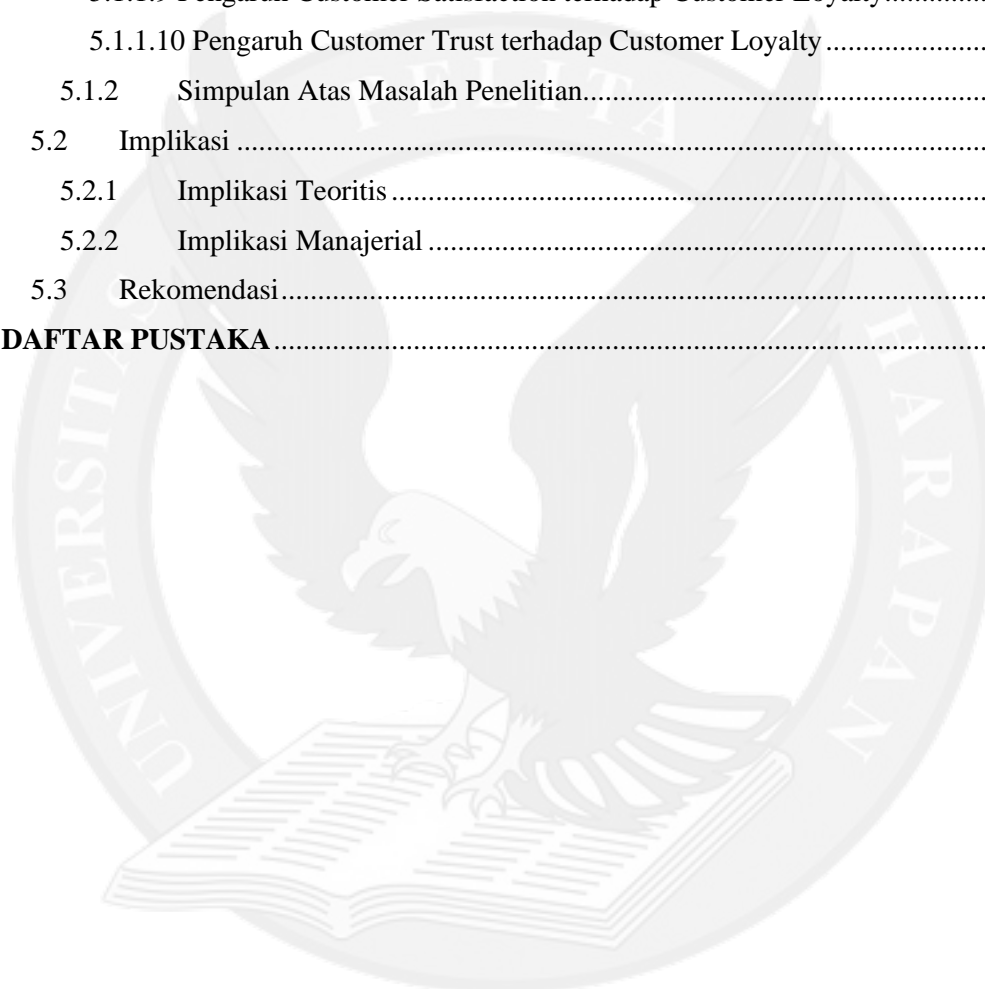
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING KARYA TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	20
1.3 Rumusan Masalah	21
1.4 Tujuan Penelitian	22
1.5 Manfaat Penelitian	24
1.5.1 Manfaat teoritis	24
1.5.2 Manfaat Praktis	25
1.6 Sistematika Penulisan	26
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	28
2.1 Landasan Teori.....	28
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	28
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	30
2.1.3 <i>Customer Trust</i>	33
2.1.4 <i>Application Design</i>	35
2.1.5 <i>Customer Service</i>	37
2.1.6 <i>Security/Privacy</i>	40
2.1.7 <i>Fulfillment</i>	42
2.2 Penelitian Terdahulu	44
2.3 Pengembangan Hipotesis	47
2.3.1 Pengaruh <i>Application Design</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	47

2.3.2	Pengaruh <i>Application Design</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	48
2.3.3	Pengaruh <i>Customer Service</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	48
2.3.4	Pengaruh <i>Customer Service</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	49
2.3.5	Pengaruh <i>Security/Privacy</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	50
2.3.6	Pengaruh <i>Security/Privacy</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	50
2.3.7	Pengaruh <i>Fulfillment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	51
2.3.8	Pengaruh <i>Fulfillment</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	52
2.3.9	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	52
2.3.10	Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	53
2.4	Model Penelitian	55
2.5	Bagan Alur Berpikir.....	56
BAB III METODE PENELITIAN		58
3.1	Jenis Penelitian dan Jenis Data	58
3.1.1	Jenis Penelitian.....	58
3.1.2	Jenis Data	59
3.2	Populasi dan Sampel	60
3.2.1	Populasi.....	60
3.2.2	Sampel.....	61
3.3	Metode Pengumpulan Data	62
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	67
3.5	Metode Analisis Data.....	69
3.5.1	Pengolahan Data	69
3.5.2	Pengujian Hipotesis.....	69
3.5.3	Uji Reliabilitas	85
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		87
4.1	Gambaran Umum SOCO by Sociolla	87
4.2	Analisis Data	88
4.2.1	Statistik Deskriptif	88
4.2.1.1	Karakteristik Responden	88
4.2.1.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	89
4.2.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	90
4.2.1.4	Tanggapan Responden	91
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	105
4.2.2.1	Penjelasan Responden Terhadap <i>Application Design</i>	105

4.2.2.2	Penjelasan Responden Terhadap Customer Service	109
4.2.2.3	Penjelasan Responden Terhadap Security/Privacy	111
4.2.2.4	Penjelasan Responden Terhadap Fulfillment.....	114
4.2.2.5	Penjelasan Responden Terhadap Customer Satisfaction	116
4.2.2.6	Penjelasan Responden Terhadap Customer Trust.....	118
4.2.2.7	Penjelasan Responden Terhadap Customer Loyalty.....	120
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data	121
4.2.3.1	Evaluasi Normalitas Data.....	123
4.2.3.2	Evaluasi Outliers	125
4.2.3.2.1	Univariate Outliers	125
4.2.3.2.2	Multivariate Outliers	127
4.2.3.3	Evaluasi Multicollinearity dan Singularity	128
4.2.3.4	Analisis Faktor Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis).....	129
4.2.3.4.1	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen.....	130
4.2.3.4.2	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen	133
4.2.3.5	Analisis Full Structural Equation Modeling	134
4.2.3.6	Uji Reliability.....	139
4.2.4	Hasil Pengujian Hipotesis	141
4.2.4.1	Pengujian Hipotesis 1 (H_1).....	141
4.2.4.2	Pengujian Hipotesis 2 (H_2).....	142
4.2.4.3	Pengujian Hipotesis 3 (H_3).....	143
4.2.4.4	Pengujian Hipotesis 4 (H_4).....	144
4.2.4.5	Pengujian Hipotesis 5 (H_5).....	144
4.2.4.6	Pengujian Hipotesis 6 (H_6).....	145
4.2.4.7	Pengujian Hipotesis 7 (H_7).....	146
4.2.4.8	Pengujian Hipotesis 8 (H_8).....	147
4.2.4.9	Pengujian Hipotesis 9 (H_9).....	148
4.2.4.10	Pengujian Hipotesis 10 (H_{10})	148
4.3	Pembahasan.....	149
BAB V KESIMPULAN		189
5.1	Simpulan	189
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis.....	190
5.1.1.1	Pengaruh Application Design terhadap Customer Satisfaction	190
5.1.1.2	Pengaruh Application Design terhadap Customer Trust.....	191

5.1.1.3	Pengaruh Customer Service terhadap Customer Satisfaction	192
5.1.1.4	Pengaruh Customer Service terhadap Customer Trust	193
5.1.1.5	Pengaruh Security/Privacy terhadap Customer Satisfaction	194
5.1.1.6	Pengaruh Security/Privacy terhadap Customer Trust	195
5.1.1.7	Pengaruh Fulfillment terhadap Customer Satisfaction.....	196
5.1.1.8	Pengaruh Fulfillment terhadap Customer Trust	197
5.1.1.9	Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty.....	198
5.1.1.10	Pengaruh Customer Trust terhadap Customer Loyalty	198
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	199
5.2	Implikasi	201
5.2.1	Implikasi Teoritis	201
5.2.2	Implikasi Manajerial	203
5.3	Rekomendasi.....	211
DAFTAR PUSTAKA		213



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Indonesia menjadi negara dengan pertumbuhan <i>e-commerce</i> tercepat di dunia.	2
Gambar 1.2 Data Pengguna Internet di Indonesia	3
Gambar 1.3 Pertumbuhan <i>e-commerce</i> di Indonesia dari tahun 2019	4
Gambar 1.4 Populasi berdasarkan usia	4
Gambar 1.5 Aktivitas <i>e-commerce</i> di Indonesia tahun 2019	5
Gambar 1.6 Pengunjung <i>e-commerce</i> Kuartal IV 2020	5
Gambar 1.7 Aplikasi SOCO by Sociolla	9
Gambar 1.8 Rating Aplikasi Sociolla	12
Gambar 1.9 <i>Review/comment</i> aplikasi SOCO by Sociolla.....	13
Gambar 1.10 <i>Rating review, user review</i> , dan kategori <i>trusted review</i>	14
Gambar 1.11 Desain aplikasi SOCO by Sociolla	15
Gambar 1.12 Pencarian produk dengan beberapa kategori.....	17
Gambar 1.13 List <i>check out</i> dan notifikasi produk	18
Gambar 1.14 Pemberitahuan transaksi pembayaran melalui e-mail.....	19
Gambar 1.15 <i>Track Order</i> pengiriman produk	20
Gambar 2.1 Model Penelitian Terdahulu	44
Gambar 2.2 Model Penelitian	55
Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Pemikir Teoritis.....	75
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	90
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
Gambar 4.3 <i>Confirmatory analysis Application Design, Customer Service, Security/Privacy, dan Fulfillment</i>	130
Gambar 4.4 <i>Confirmatory Analysis Customer Satisfaction, Customer Trust, dan Customer Loyalty</i>	133
Gambar 4.5 <i>Full Structural Model</i>	136

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner.....	64
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	67
Tabel 3.3 Keterangan Indikator Konstruk.....	73
Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk.....	76
Tabel 3.5 Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran	77
Tabel 3.6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (<i>Goodness of Index</i>)	84
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	89
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	90
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	92
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Application Design.....	92
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Customer Service	94
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Security/Privacy	96
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Fulfillment	98
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Customer Satisfaction.....	100
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Customer Trust	102
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Customer Loyalty	103
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban responden terhadap Variabel Application Design	105
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Customer Service	109
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Security/Privacy	111
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Fulfillment.....	114
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Customer Satisfaction.....	116
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Customer Trust... ..	118
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Customer Loyalty	120
Tabel 4.18 Goodness of Fit Index	123
Tabel 4.19 Uji Normalitas Data	124
Tabel 4.20 Statistik Deskriptif Z-Score	126
Tabel 4.21 Mahalanobis Distance	128
Tabel 4.22 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Application Design, Customer Service, Security/Privacy, dan Fulfillment.....	131
Tabel 4.23 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Customer Satisfaction, Customer Trust, dan Customer Loyalty	134
Tabel 4.24 Index Pengujian Kelayakan	137
Tabel 4.25 Regression Weight Full Structural Equation Model	137
Tabel 4.26 Uji Reliability.....	139
Tabel 4.27 Hasil Uji Hipotesis	141
Tabel 4.28 Indikator Variabel Application Design	166
Tabel 4.29 Indikator Variabel Customer Service.....	172
Tabel 4.30 Indikator Variabel Security/Privacy.....	176
Tabel 4.31 Indikator Variabel Fulfillment	178

Tabel 4.32 Indikator Variabel Customer Satisfaction.....	182
Tabel 4.33 Indikator Variabel Customer Trust	183
Tabel 4.34 Indikator Variabel Customer Loyalty	186
Tabel 5.1 Implikasi Teori.....	201
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	208



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER	218
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER	224
LAMPIRAN C: HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF	241
LAMPIRAN D: HASIL PENGUJIAN STRUCTURAL EQUATION MODEL (SEM)	256
LAMPIRAN E: HASIL TURNITIN	327

