

# PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM PENGGUNAAN TOKOPEDIA DI BATAM

*by* Riris Magdelan Siboro

---

**Submission date:** 16-Feb-2020 12:07PM (UTC+0800)

**Submission ID:** 1258094921

**File name:** JURNAL\_EKUIVALENSI\_1\_3.docx (85.95K)

**Word count:** 2033

**Character count:** 13414

10  
**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN  
PELANGGAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DALAM PENGGUNAAN  
TOKOPEDIA DI BATAM**

**Riris Magdalena Siboro<sup>1</sup>, Suhardi<sup>2</sup>**

1  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora, Prodi Manajemen,  
Universitas Putera Batam

Email: pb160610061@upbatam.ac.id<sup>1</sup>, suhardi@puterabatam.ac.id<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

2  
Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan  
pelanggan, kepercayaan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap  
loyalitas pelanggan dalam penggunaan Tokopedia di Batam. 3  
Variabel independen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan, kepercayaan  
pelanggan dan kualitas pelayanan dan variabel dependen adalah loyalitas  
pelanggan. 5  
Populasi pada penelitian ini adalah semua masyarakat umum  
yang berdomisili di Kota Batam yang pernah menggunakan serta yang  
pernah melakukan pembelian produk di Tokopedia, yang populasinya  
belum terdeteksi. 3  
Sampel penelitian ini adalah 100 responden, diambil  
dengan teknik non probability sampling dengan metode purposive  
sampling. Penelitian ini di uji menggunakan metode analisis regresi linear  
dan data statistik 22 ditunjukkan valid dan reliabel. Hasil pengujian secara  
parsial menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan,  
kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas  
pelanggan. 2  
Dan hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa

kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** kepuasan pelanggan; kepercayaan pelanggan; kualitas pelayanan; loyalitas pelanggan

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to know the influence of customer satisfaction, customer trust and quality of service towards customer's loyalty in Batam use of Tokopedia. The independent variable in this research is customer satisfaction, customer trust and quality of service and the dependent variable is customer loyalty. The population of this research is all general public who domiciled in Batam City, have a used and ever do a buy product in Tokopedia, whose population is not yet known. The sample in this research are 100 respondents, using non probability sampling technique with purposive method. And this research have been tested by using multi linear regression with results valid and reliable. The test result by partially concluded that customer satisfaction, customer trust and quality of service are significantly to customer's loyalty. And the result of this research are simultantly customer satisfaction, customer trust and quality of service significantly towards customer's loyalty.*

**Keywords :** customer satisfaction; customer trust; quality of service;  
customer's loyalty

## A. PENDAHULUAN

Di era zaman yang semakin canggih dan semakin maju, manusia tidak dapat hidup tanpa adanya internet. Internet adalah media atau sistem informasi yang saling berhubungan dan terkoneksi secara global sehingga memberikan penggunanya lebih leluasa untuk memberi informasi dan menerima informasi secara bebas. Internet dapat membuat pekerjaan kita semakin cepat terselesaikan dalam waktu dekat. Melalui internet juga kita dapat memperoleh informasi-informasi dengan cepat meski belum dicetak sekalipun. Sudah banyak yang menggunakan internet sekarang ini yang mulai berkembang dan menunjukkan bahwa hampir seluruh masyarakat Indonesia sudah mulai menerima perkembangan teknologi terlebih dalam lingkup bisnis sekarang.

Tingginya pertumbuhan berbelanja melalui internet saat ini dikarenakan bisnis di internet tidak memerlukan modal yang banyak untuk memulainya dan mudah untuk mengembangkannya. Yang mana salah satunya adalah melalui sosial media. Melihat kesempatan dan pangsa pasar yang ada, para pembisnis mulai mencari cara untuk menggunakan media internet didalam kehidupan sehari-hari tetapi tetap dapat menguntungkan si penggunanya. Salah satunya yaitu Bisnis *Online* atau *Online Shop* melalui internet, dimana si pengguna dapat melakukan pembelian secara online disela kesibukan mereka tanpa harus datang ke tokonya. Salah satu situs online yang diminati banyak orang adalah Tokopedia .

22 Yang mana dalam aplikasi ini merupakan situs berbelanja online yang menyediakan berbagai macam produk-produk penjualan, mulai dari *fashion*, kecantikan, aksesoris, pakaian, produk ibu dan anak dan macam-macam perlengkapan hingga elektronik.

## **B. KAJIAN PUSTAKA**

### **1. Kepuasan pelanggan**

Kepuasan adalah tingkat rasa puas akan sesuatu orang tersebut yang terjadi setelah melakukan perbandingan dengan hasil nyata maupun produk yang diharapkan. Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan adalah tanggapan terhadap apa yang didapatkan atau evaluasi yang dirasakan sebelumnya dan dirasakan setelah pemakaiannya (Putri dan Astuti, 2017: 3). Kepuasan pelanggan adalah kumpulan kondisi kejiwaan seseorang yang dikeluarkan ketika harapan tidak sesuai dengan kenyataan dan terbentuk dari pengalaman setelah pemakaian (Burhanudin, 2018: 78). Indikator dalam penelitian ini menurut Rahmawati dan Widiastuti, (2019: 4) adalah:

- 1.Kualitas Layanan
- 2.Kualitas Produk
- 3.Emosional

### **2. Kepercayaan Pelanggan**

Kepercayaan merupakan keadaan dimana satu pihak yang termasuk dalam proses pergantian yaitu dengan kemampuan dan konsistensi pihak lain (Nafisatin et al., 2018: 187-188).. Indikator penelitian ini menurut Dharma, (2017: 351) adalah:

- 1.*Probability*
- 2.*Equity*
- 3.*Reliability*

### **3. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan dari sisi penyedia jasa adalah hal yang wajib dilakukan dengan hasil yang maksimal (Dharma, 2017: 351). Kualitas pelayanan merupakan pengukur seberapa tinggi layanan tersebut dalam

memenuhi atau melebihi harapan pelanggan secara tetap (Nafisa dan Sukresna, 2018: 5). Indikator pada penelitian ini menurut Rahmawati dan Widiastuti, (2019: 3-4) adalah:

1. Bukti Fisik (*tangibels*)
2. Responsivitas (*responsiveness*)
3. Jaminan (*assurance*)
4. Empati (*empathy*)
5. Realiabilitas (*reliability*)

#### 4. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan pembelian yang secara ulang dan dilakukan oleh pelanggan karena perjanjian ataupun keterikatan pada suatu merek ataupun perusahaan (Nainggolan, 2018: 53). Loyalitas pelanggan merupakan sikap yang melakukan pembelian secara berkala dan yang telah menjadi kebiasaan, yang mana telah saling terkait dan ikut terlibat dalam objek tertentu (Harumi, 2016: 118). Loyalitas pelanggan ialah ikatan emosional pelanggan terhadap merek, perusahaan, yang memberikan jasa dan yang dapat dipersamakan dengan itu yang berdasar pada sikap menguntungkan serta masukan yang positif seperti pembelian berulang (Suhardi dan Carolin Febryani Angelina, 2019). Indikator penelitian ini menurut (Rahmawati & Widiastuti, 2019) adalah:

1. Pembelian Berulang
2. Memberikan Referensi Kepada Orang Lain
3. Penolakan Terhadap Produk Pesaing.
4. Empati (*empathy*)

#### 5. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sesuatu yang harus ada pada sebuah penelitian karena dapat digunakan pedoman oleh peneliti. Penelitian (Dharma, 2017)

dengan judul pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

### C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif dengan metode kuantitatif. Adapun uji kualitas meliputi uji validitas dan reliabilitas. Pengujian data yaitu dengan asumsi klasik antara lain Uji Validitas, Uji Relibilitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinearitas. Analisis data penelitian ini yaitu analisis linear berganda yaitu uji F, uji t dan *R Square* memakai Statistical Product and Service Solutions (SPSS) versi 22. Lokasi penelitian yakni masyarakat yang berdomisili di Batam.

### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Hasil Uji Kualitas Instrumen Penelitian

Tabel 1. Validitas Kepuasan Pelanggan (X1)

Pernyataan	Pearson Correlation	r tabel (n=30, $\alpha=0,1$ )	Kesimpulan
X1.1	0,582	0,3061	Valid
X1.2	0,865	0,3061	Valid
X1.3	0,580	0,3061	Valid

Disimpulkan semua butir-butir pernyataan di dalam variabel kepuasan pelanggan (X1) memperlihatkan hasil signifikan yang diketahui r hitung > r tabel 0,3061 dinyatakan valid.

**Tabel 2.** Validitas Kepercayaan Pelanggan (X2)

Pernyataan	Pearson Correlation	r tabel (n=30, $\alpha=0,1$ )	Kesimpulan
X2.1	0,527	0,3061	Valid
X2.2	0,636	0,3061	Valid
X2.3	0,680	0,3061	Valid

Disimpulkan semua butir-butir pernyataan di dalam variabel kepercayaan pelanggan memperlihatkan hasil signifikan yang diketahui r hitung > r tabel 0,3061 dinyatakan valid.

**Tabel 3.** Validitas Kualitas Pelayanan (X3)

Pernyataan	Pearson Correlation	r tabel (n=30, $\alpha=0,1$ )	Kesimpulan
X3.1	0,519	0,3061	Valid
X3.2	0,894	0,3061	Valid
X3.3	0,663	0,3061	Valid
X3.4	0,635	0,3061	Valid
X3.5	0,619	0,3061	Valid

Disimpulkan semua butir-butir pernyataan di dalam variabel kualitas pelayanan menunjukkan hasil yang signifikan yang diketahui r hitung > r tabel 0,3061 sehingga dinyatakan valid.

**Tabel 4.** Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)

Pernyataan	Pearson Correlation	r tabel (n=30, $\alpha=0,1$ )	Kesimpulan
Y.1	0,535	0,3061	Valid
Y.2	0,487	0,3061	Valid
Y.3	0,619	0,3061	Valid

Disimpulkan semua butir-butir pernyataan di dalam variabel loyalitas pelanggan menunjukkan hasil yang signifikan yang diketahui dengan hasil r hitung > r tabel yaitu 0,3061 sehingga dinyatakan valid.



## 2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan uji normalitas didapatkan yaitu 0,200. Dikarenakan hasil penelitian yaitu 0,05 sehingga  $0,200 > 0,05$  sehingga berdistribusi normal. Hasil uji heteroskedastisitas diketahui  $> 0,05$  sehingga tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Hasil uji multikolinieritas VIF dari variable X1, X2, dan X3  $< 10$ , sedangkan *Tolerance*  $> 0,1$  sehingga tidak terjadi masalah multikolinieritas.

## 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 5.** Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardize	T	Sig.
	B	Std. Error	d		
1 (Constant)	,724	,989	,732		,466
Kepuasan_Pelanggan	,460	,102	,465	4,505	,000
Kepercayaan_Pelanggan	,238	,071	,241	3,374	,001
Kualitas_Pelayanan	,161	,055	,264	2,914	,004

Dependent Variable: Loyalitas\_Pelanggan

Persamaan dari regresi linear berganda tabel 5 di atas dapat disimpulkan dengan menggunakan rumus yang telah ada yaitu:

$$\hat{Y} = 0,724 + 0,460(X1) + 0,238 (X2) + 0,161 (X3)$$

Pada hasil dari uji regresi linear berganda pada bagian koefisien, dengan demikian diketahui hasil konstanta sebesar 0,724, dengan demikian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan (X1), kepercayaan pelanggan (X2), dan kualitas pelayanan (X3) bernilai nol, sehingga loyalitas pelanggan (Y) bernilai 0,724. Kepuasan pelanggan (X1) dengan hasil 0,460 setiap kenaikan 1% loyalitas pelanggan memiliki nilai 46%, kepercayaan pelanggan (X2) dengan hasil 0,238 setiap kenaikan 1% memiliki nilai 23,8%, kualitas pelayanan (X3) memiliki nilai 0,161 setiap kenaikan 1% loyalitas pelanggan memiliki nilai 16,1%.

#### 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

**Tabel 6.** Hasil Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,923 <sup>a</sup>	,853	,848	1,05525

a. Predictors: (Constant), Kualitas\_Pelayanan,

Kepercayaan\_Pelanggan, Kepuasan\_Pelanggan

b. Dependent Variable: Loyalitas\_Pelanggan

Dari tabel 6 di atas menunjukkan kesimpulan dari pengujian menghasilkan nilai *R Square* sebesar 0,853, yang berarti besarnya variabel kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas pelayanan menyebutkan variabel loyalitas pelanggan 85,3% sedangkan 14,7% tidak dijelaskan pada penelitian ini.

11  
5. Hasil Uji t Tabel

Tabel 7. Hasil Uji t Tabel

Model	Unstandardized		Standardized		Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	
(Constant)	,724	,989		,732	,466
Kepuasan_Pelanggan	,460	,102	,465	4,505	,000
Kepercayaan_Pelanggan	,238	,071	,241	3,374	,001
Kualitas_Pelayanan	,161	,055	,264	2,914	,004

a. Dependent Variable: Loyalitas\_Pelanggan

Dari tabel 7 di atas hasil dari uji t variabel kepuasan pelanggan (X1) 4,505 signifikasinya 0,000, variabel kepercayaan pelanggan (X2) 3,374 dengan tingkat signifikasinya 0,001, variabel kualitas pelayanan (X3) 2,914 dengan tingkat signifikasinya 0,004. sebab hitung > t tabel serta signifikasi < 0,05 disimpulkan secara parsial kepuasan pelanggan (X1), kepercayaan pelanggan (X2), dan kualitas pelayanan (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

6. Hasil Uji F tabel

2  
Tabel 8 Hasil Uji F tabel

ANOVAa					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	618,090	3	206,030	185,022	,000 <sup>b</sup>
Residual	106,900	96	1,114		
Total	724,990	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas\_Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas\_Pelayanan, Kepercayaan\_Pelanggan, Kepuasan\_Pelanggan

Dari tabel 8 diatas uji simultan ditunjukkan dengan tingkat  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian diketahui F hitung 185,022 dengan F tabel 2,70 maka dari itu diambil kesimpulan F hitung  $> F$  tabel. Sehingga disimpulkan hipotesis kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

## 7. Hasil Penelitian

1. Berdasarkan uji t pada tabel 7 bahwa kepuasan pelanggan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Didukung oleh penelitian (Nainggolan, 2018) menyatakan kepuasan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
2. Berdasarkan uji t pada tabel 7 bahwa kepercayaan pelanggan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Didukung oleh penelitian (Yulianda, 2018) kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Berdasarkan uji t pada tabel 7 bahwa kualitas pelayanan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Didukung oleh penelitian (Wasiman dan Perdana, 2019) kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan dengan loyalitas pelanggan.
4. Berdasarkan uji F pada tabel 8 bahwa kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan. Didukung oleh penelitian (Dharma, 2017) kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

## E. PENUTUP

### 1. Simpulan

Dari hasil pembahasan di atas yaitu pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dalam penggunaan Tokopedia di Batam, sehingga dapat tarik kesimpulan:

1. Kepuasan pelanggan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) dalam penggunaan Tokopedia di Batam.
2. Kepercayaan pelanggan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) dalam penggunaan Tokopedia di Batam.
3. Kualitas pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) dalam penggunaan Tokopedia di Batam.
4. Kepuasan pelanggan (X1), Kepercayaan pelanggan (X2), dan kualitas pelayanan (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) dalam penggunaan Tokopedia di Batam.

## 2. Saran

Hasil dari simpulan diatas dalam hal guna untuk pengembangan lebih lanjut, dengan demikian penulis memberikan saran yang dapat berguna bagi pembaca yaitu:

1. Untuk peneliti selanjutnya disarankan jika meneruskan penelitian ini untuk dapat menambah variabel independen diluar dari kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan, agar dapat lebih melengkapi penelitian ini yang kemungkinan bisa mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Riris Magdalena, Suhardi

# PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM PENGGUNAAN TOKOPEDIA DI BATAM

## ORIGINALITY REPORT

34%

SIMILARITY INDEX

26%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

29%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	7%
2	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	5%
3	media.neliti.com Internet Source	4%
4	lppm.upiypk.ac.id Internet Source	2%
5	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	2%
6	www.scribd.com Internet Source	1%
7	es.scribd.com Internet Source	1%
8	Submitted to Udayana University Student Paper	1%
9	Submitted to iGroup	



Student Paper

1%

10

Submitted to Lambung Mangkurat University

Student Paper

1%

11

docplayer.info

Internet Source

1%

12

repository.usu.ac.id

Internet Source

1%

13

eprints.ums.ac.id

Internet Source

1%

14

eprints.unm.ac.id

Internet Source

1%

15

eprints.undip.ac.id

Internet Source

1%

16

Madani Hatta, Agustian Riduan O.H. "NIAT MAHASISWA AKUNTANSI BERKARIR SEBAGAI AKUNTAN DI LUAR NEGERI: PENGUJIAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR", Jurnal Akuntansi, 2019

Publication

1%

17

Submitted to Universitas Brawijaya

Student Paper

1%

18

pt.scribd.com

Internet Source

<1%

19

eprints.polsri.ac.id

Internet Source

<1%

20	<a href="http://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a> Internet Source	<1%
21	<a href="http://ejurnal.unisri.ac.id">ejurnal.unisri.ac.id</a> Internet Source	<1%
22	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1%
23	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	<1%
24	<a href="http://repository.fkip.unja.ac.id">repository.fkip.unja.ac.id</a> Internet Source	<1%
25	<a href="http://eprints.uny.ac.id">eprints.uny.ac.id</a> Internet Source	<1%
26	<a href="http://www.skripsitip.staff.ub.ac.id">www.skripsitip.staff.ub.ac.id</a> Internet Source	<1%
27	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<1%
28	Submitted to Cedar Valley College Student Paper	<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

# PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM PENGGUNAAN TOKOPEDIA DI BATAM

---

## GRADEMARK REPORT

---

FINAL GRADE

**/0**

GENERAL COMMENTS

**Instructor**

---

PAGE 1

---

PAGE 2

---

PAGE 3

---

PAGE 4

---

PAGE 5

---

PAGE 6

---

PAGE 7

---

PAGE 8

---

PAGE 9

---

PAGE 10

---

PAGE 11

---

PAGE 12

---

PAGE 13

---

PAGE 14

---