

Abstract

The purpose of this research was to investigate the factors influencing consumer's loyalty toward e-commerce website. The samples were those who used and interacted to the website. We applied nonprobability sampling and the questionnaires were distributed online. Returned and processed questionnaires were from 100 respondents.

Processing data using SPSS software version 13.00 and hypothesis testing using simple regression analysis. The coefficient of determination (R Square) is equal to 0.339. This result showed that the effect of satisfaction on E-loyalty was about 33.9% and the rest of it was about 66.1% that influenced by other factors. The results showed that the variables of satisfaction had an influence on e-loyalty at online shop Snowy Shop.

Keywords: Satisfaction, E-Loyalty

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap *e-commerce*. Sampel penelitian ini adalah orang-orang yang menggunakan website dan berinteraksi dengan *website*. Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan menyebarkan kuesioner yang dibagikan secara *online*. Jumlah responden yang mengembalikan dan mengisi kuesioner adalah 100 responden.

Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 13.00 dan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi sederhana. Koefisien determinasi (R Square) adalah sebesar 0.339. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kepuasan terhadap *E-Loyalty* sebesar 33,9% dan sisanya sebesar 66,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel dari kepuasan mempunyai pengaruh terhadap *E-Loyalty* pada *online shop* Snowy Shop.

Kata Kunci: Kepuasan, *E-Loyalty*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN.....	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
<i>ABSTRACT</i>	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN

HIPOTESIS.....8

2.1 Kajian Pustaka.....8

2.1.1 Pengertian Pemasaran.....8

2.1.2 Manajemen Pemasaran.....9

2.1.3 Perilaku Konsumen.....10

2.1.4 Model Pengambilan Keputusan.....12

2.1.5 Stimulus16

2.1.6 Strategi Pemasaran.....17

2.1.7 *E-Commerce*19

2.1.8 Persepsi21

2.1.9 Sikap23

2.1.10 Kepuasan Pelanggan24

2.1.11 *E-Loyalty*.....29

2.2 Kerangka Teoritis.....30

2.3 Kerangka Pemikiran31

2.4 Model Penelitian32

2.5 Pengembangan Hipotesis.....32

BAB III METODE PENELITIAN.....34

3.1 Objek Penelitian34

3.2 Metode Penelitian34

3.3 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	35
3.3.1 Definisi Operasional	35
3.3.2 Skala Pengukuran	37
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	39
3.4.1 Populasi	39
3.4.2 Sampel	39
3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel	39
3.5 Metode Analisis Data	40
3.5.1 Uji Pendahuluan.....	40
3.5.1.1 Uji Validitas.....	40
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	40
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	41
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	41
3.5.2.2 Uji Heterokedastisitas.....	41
3.5.2.3 Uji <i>Outliers</i>	43
3.5.3 Analisis Regresi Sederhana.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	45
4.1.1 Uji Validitas.....	45
4.1.2 Uji Reliabilitas	47
4.1.2.1 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan (X).....	47

4.1.2.2 Uji Reliabilitas Variabel <i>E-Loyalty</i> (Y).....	48
4.2 Analisis Statistik Deskriptif Data Responden	48
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
4.3 Analisis Data Penelitian.....	51
4.3.1 Variabel Kepuasan	52
4.3.2 Variabel <i>E-Loyalty</i>	54
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.4.1 Uji Normalitas.....	58
4.4.2 Uji <i>Outliers</i>	59
4.4.3 Uji Heterokedastisitas.....	60
4.5 Pengaruh Kepuasan (X) Terhadap <i>E-Loyalty</i> (Y).....	61
4.5.1 Analisis Regresi Sederhana.....	61
4.5.2 Pengujian Hipotesis (Uji-T).....	63
4.5.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	68
5.3 Saran.....	68
5.3.1 Implikasi Kebijakan.....	68

5.3.2 Penelitian Yang Akan Datang.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	77
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Teoritis	30
Gambar 2 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 3 <i>Model Penelitian</i>	32
Gambar 4 Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Gambar 5 Banyaknya Responden Berdasarkan Usia.....	50
Gambar 6 Banyaknya Responden Berdasarkan Pertanyaan “Apakah Anda Pernah Berbelanja di <i>online shop</i> Snowy Shop.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel I Skala Likert	37
Tabel II Operasional Variabel Penelitian.....	38
Tabel III Uji Validitas Awal.....	45
Tabel IV Uji Validitas Akhir.....	46
Tabel V Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan (X).....	47
Tabel VI Hasil Uji Reliabilitas <i>E-Loyalty</i> (Y).....	48
Tabel VII Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel VIII Banyaknya Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel IX Banyaknya Responden Berdasarkan Pertanyaan “Apakah anda pernah berbelanja di <i>online shop</i> Snowy Shop”	50
Tabel X Banyaknya Responden Berdasarkan Pertanyaan “Saya merasa puas dengan keputusan pembelian saya di <i>online shop</i> Snowy Shop”	52
Tabel XI Banyaknya Responden Berdasarkan Pertanyaan “Keputusan Saya membeli di <i>online shop</i> Snowy Shop adalah keputusan yang baik”	53
Tabel XII Banyaknya Responden Berdasarkan Pertanyaan “Saya merasa benar melakukan pembelian di Snowy Shop”	53
Tabel XIII Banyaknya Responden Berdasarkan Pertanyaan “Snowy Shop akan menjadi pilihan pertama saya untuk melakukan pembelian <i>online</i> ”	54
Tabel XIV Banyaknya Responden Berdasarkan Pertanyaan “Saya berniat untuk berkelanjutan mengunjungi Snowy Shop untuk jangka panjang”	55

Tabel XV Banyaknya Responden Berdasarkan Pertanyaan "Saya berniat untuk tetap menggunakan <i>online shop</i> Snowy Shop ini, dibandingkan dengan <i>online shop</i> lainnya"	55
Tabel XVI Banyaknya Responden Berdasarkan Pertanyaan "Saya berniat untuk tetap menggunakan <i>online shop</i> Snowy Shop"	56
Tabel XVII Banyaknya Responden Berdasarkan Pertanyaan "Saya akan berkata positif tentang <i>online shop</i> Snowy Shop kepada orang lain"	56
Tabel XVIII Banyaknya Responden Berdasarkan Pertanyaan "Saya akan merekomendasikan <i>online shop</i> Snowy Shop kepada orang-orang yang membutuhkan pendapat saya"	57
Tabel XIX Banyaknya Responden Berdasarkan Pertanyaan "Saya akan mengajak teman-teman dan kerabat untuk berbelanja di <i>online shop</i> Snowy Shop"	57
Tabel XX Uji NormalQ-Q Plot.....	59
Tabel XXI Uji Mahalanobis Distance.....	60
Tabel XXII Uji Glejser	61
Tabel XXIII Regresi Sederhana.....	62
Tabel XXIV Pengujian Hipotesis.....	63
Tabel XXV Model <i>Summary</i>	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner	76
Lampiran B Data <i>Frequencies</i>	79
Lampiran C Uji Validitas.....	84
Lampiran D Uji Reliabilitas.....	89
Lampiran E Uji Asumsi Klasik.....	91
Lampiran F Regresi.....	94