

ABSTRACT

Consumer perception arises because of his experience to an event. Consumer dissatisfaction because negative perceptions will impact on consumer loyalty intentions. This study aimed to determine the influence on perceived deception on consumer loyalty intentions. This study focuses on the online shop, which is where it has become a trend in recent years. Perceived deception occurs after consume the products bought the internet. Author deploy a questionnaire survey to 210 consumers who have experienced disappointment after making purchases through the online shop in Bandung. This study used purposive sampling method. Thus, the results of this study indicate that there is the influence of perceived deception with the intention of consumer loyalty mediated by customer satisfaction, and moderated by consumer attitudes towards the internet. .

Keywords: *perceived deception, consumer satisfaction, consumer's loyalty intentions, consumer attitude toward internet.*

ABSTRAK

Persepsi konsumen muncul oleh karena pengalamannya terhadap suatu peristiwa. Ketidakpuasan konsumen menimbulkan persepsi negatif yang berdampak pada niat loyal konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived deception* pada *consumer loyalty intentions*. Penelitian ini berfokus pada online shop, yang dimana telah menjadi tren pada beberapa tahun terakhir ini. *Perceived deception* terjadi setelah konsumen mengkonsumsi produk yang dibelinya *via internet*. Penulis menyebarkan survey berupa kuisisioner kepada 210 konsumen yang pernah mengalami kekecewaan setelah melakukan pembelian melalui *online shop* di Bandung. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *perceived deception* dengan niat loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen.

Kata-kata kunci: *perceived deception, consumer satisfaction, consumer's loyalty intentions, consumer attitude toward internet.*

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi	iii
Surat Pernyataan Mengadakan Penelitian Tidak Menggunakan Perusahaan	iv
Kata Pengantar	vi
<i>Abstract</i>	ix
Abstrak	x
Daftar Isi	xi
Daftar Gambar	xiv
Daftar Tabel	xv
Daftar Lampiran	xvii
Daftar Riwayat Hidup	xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA TEORITIS, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Perilaku Konsumen	17
2.2. Model Perilaku Konsumen	18

2.3. Persepsi atau <i>Perceived Deception</i>	20
2.4. <i>Satisfacion</i>	22
2.5. <i>Consumer's Attitude Toward Internet</i>	23
2.6. <i>Consumer Loyalty Intentions</i>	26
2.7. Rerangka Teoritis.....	27
2.8. Rerangka Pemikiran.....	28
2.9. Penelitian Terdahulu	29
2.10. Pengembangan Hipotesis	34
2.11. Model Penelitian	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.3 Tabel Definisi Operasional Variabel	41
3.4. Teknik Pengambilan Sampel dan Ukuran Sampel.....	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6 Uji Validitas.....	48
3.7 Uji Reliabilitas	50
3.8 Uji Normalitas.....	52
3.9 Uji Heteroskedastisitas	53
3.10 Uji Multikolonieritas	54
3.11 Metode Analisis Data	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden.....	59
---------------------------	----

4.2. Hasil Penelitian	
4.2.1 Hipotesis 1: Pengaruh <i>Perceived Deception</i> pada <i>Customer Satisfaction</i>	64
4.2.2 Hipotesis 2: Pengaruh <i>Perceived Deception</i> pada <i>Consumer Loyalty</i> <i>Intentions</i>	65
4.2.3 Hipotesis 3: Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> pada <i>Customer Loyalty</i> <i>Intentions</i>	66
4.2.4 Hipotesis 4: Pengaruh <i>Perceived Deception</i> pada <i>Customer Satisfaction</i> : dimoderasi oleh <i>Consumer's Attitude Toward Internet</i>	67
4.2.5 Hipotesis 5: Pengaruh <i>Perceived Deception</i> pada <i>Customer Loyalty</i> <i>Intention</i> : dimoderasi oleh <i>Consumer's Attitude Toward Internet</i>	69
4.2.6 Hipotesis 6: Pengaruh <i>Perceived Deception</i> pada <i>Customer Loyalty</i> <i>Intentions</i> : dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	70
4.3 Ringkasan Hasil Pembahasan	72
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian	73

BAB V KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN

5.1 Simpulan	79
5.2 Implikasi Manajerial	79
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	80
5.4. Saran	81
Daftar Pustaka	xix

DAFTAR GAMBAR

Gambar1 Bagan Rerangka Teoritis.....	26
Gambar2 Bagan Rerangka Pemikiran.....	27
Gambar3 Model Penelitian	35

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 3.2 Bobot Skala Likert	45
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas.....	47
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	49
Tabel 3.5 Hasil Pengujian Normalitas	50
Tabel 3.6 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	51
Tabel 3.7 Hasil Pengujian Multikoloniertas	53
Tabel 4.1 Hasil Pengujian Demografi Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Demografi Usia	59
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Demografi Pendidikan.....	60
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Pengalaman Pembelian.....	60
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Jenis Produk	61
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Pernah Mengalami <i>Perceived Deception</i>	61
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Berdasarkan <i>Perceived Deception</i> pada <i>Consumer Satisfaction</i>	62
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Berdasarkan <i>Perceived Deception</i> pada <i>Consumer Loyalty Intentions</i>	63

Tabel 4.9 Hasil Pengujian Berdasarkan <i>Customer Satisfaction</i> pada <i>Consumer Loyalty Intentions</i>	64
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Perceived Deception</i> Berdasarkan <i>Customer Satisfaction</i> : dimoderasi oleh <i>Customer's Attitude Toward Internet</i>	66
Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>Perceived Deception</i> Berdasarkan <i>Customer Loyalty Intention</i> : dimoderasi oleh <i>Customer's Attitude Toward Internet</i>	67
Tabel 4.12 Hasil Pengujian <i>Perceived Deception</i> Berdasarkan <i>Customer Loyalty Intention</i> : dimediasi oleh <i>Customer's Satisfaction</i>	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Artikel Utama

Lampiran II : Kuisisioner

Lampiran III : Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran IV : Uji Normalitas, uji Heterokedastisitas, dan uji Multikolonieritas

Lampiran V : Uji Demografi

Lampiran VI : Uji Hipotesis

Lampiran VII : r tabel