

**PENGARUH *TRUST, CUSTOMER SATISFACTION* DAN
USER FLOW EXPERIENCE TERHADAP *E-LOYALTY*
PADA GENERASI Z PENGGUNA APLIKASI SHOPEE
DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



**OLEH:
DWI NIDA PARAHITA
NIM. 1121900021**

**PROGRAM ADMINISTRASI NIAGA FAKULTAS ILMU
SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS 17
AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

**PENGARUH *TRUST*, *CUSTOMER SATISFACTION* DAN
USER FLOW EXPERIENCE TERHADAP *E-LOYALTY*
PADA GENERASI Z PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI
SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-
1 Program Studi Administrasi Bisnis**



OLEH:

DWLNIDA PARAHITA
NIM. 1121900021

**PROGRAM ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA
2023**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Dwi Nida Parahita

NPM : 1121900021

Judul Skripsi : Pengaruh Trust, Customer Satisfaction dan User Flow Experience Terhadap E-Loyalty Generasi Z Pengguna Aplikasi Shopee di Surabaya

Surabaya, 4 Juli 2023

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120.87.0103




Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120.87.0103

PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 04 Juli 2023.

Dewan Penguji:

1. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P ()
Ketua
2. Drs. Ute Chairuz Nasution, MS ()
Anggota 1
3. Dra. Awin Mulyati, M.M ()
Anggota 2

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120.87.0103

Yang bertanda taangan dibawah ini,

Nama : Dwi Nida Parahita
NPM : 1121900021
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Trust, Customer Satisfaction dan User Flow Experience terhadap E – Loyalty pada Generasi Z Pengguna Aplikasi Shopee di Surabaya

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar – benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah di publikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Surabaya, 04 Juli 2023

Pembuat Pernyataan

The image shows an official stamp of Universitas Mitra Utama. The stamp is rectangular and contains the university's name in Indonesian, a logo featuring a Garuda, and the acronym 'MITRA UTAMA'. Below the stamp, there is a handwritten signature in black ink.

Dwi Nida Parahita



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45
SURABAYATEL.P. 031 593
1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Nida Parahita
NBI/ NPM : 1121900021
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

“Pengaruh Rasio Profitabilitas (NPM, ROA, Dan ROE) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada PT. Blue Bird, Tbk Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022”

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 03 Juli 2023

Yang Menyatakan,


(Dwi Nida Parahita)

*Coret yang tidak perlu

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara *Trust*, *Customer Satisfaction* dan *User Flow Experience* terhadap *E-Loyalty*. Shopee menduduki peringkat pertama dalam presentase usaha *E-Commerce* menurut media penjualan di Surabaya dengan jumlah presentase 4,98%. Milenial merupakan segmen yang paling tidak setia, paling emosional, dan paling tidak puas dibandingkan dengan semua generasi lainnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Trust*, *Customer Satisfaction*, dan *User Flow Experience*, terhadap *E-Loyalty* elektronik pengguna aplikasi Shopee di Surabaya. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori yang menjelaskan hubungan antar variabel penelitian dengan pengujian hipotesis. Penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden, kuesioner disebarikan secara online dengan kriteria tertentu. Sampel terdiri dari responden yang berdomisili di Surabaya, generasi Z dan telah menggunakan aplikasi Shopee minimal dua kali. Tipe penelitian ini adalah eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistics 25*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *trust*, *customer satisfaction*, dan *user flow experience* berpengaruh signifikan terhadap *loyalty* pengguna aplikasi Shopee. Berdasarkan hasil tersebut maka disarankan supaya Shopee dapat memasang iklan yang dapat menarik perhatian konsumennya sehingga *trust* konsumen Shopee bisa meningkat.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, *Trust*, *Customer Satisfaction*, *User Flow Experience*, *E-Loyalty*, Milenial, Shopee.

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the effect of Trust, Customer Satisfaction and User Flow Experience on E-Loyalty. Shopee ranks first in the percentage of E-Commerce business according to sales media in Surabaya with a total percentage of 4.98%. Millennials are the most disloyal, the most emotional, and the most dissatisfied segment of all other generations. The purpose of this study was to determine the effect of Trust, Customer Satisfaction, and User Flow Experience on electronic E-Loyalty for Shopee application users in Surabaya. This type of research is explanatory research which explains the relationship between research variables by testing hypotheses. This research uses nonprobability sampling with purposive sampling technique. The sample of this research is 100 respondents, the questionnaire is distributed online with certain criteria. The sample consists of respondents who live in Surabaya, generation Z and have used the Shopee application at least twice. This type of research is explanatory with a quantitative approach. The data analysis method in this study is Multiple Linear Regression Analysis using the IBM SPSS Statistics 25 application. The results of this study indicate that trust, customer satisfaction, and user flow experience have a significant effect on the loyalty of Shopee application users. Based on these results, it is suggested that Shopee can place advertisements that can attract the attention of its consumers so that Shopee's consumer trust can increase.

Keywords: *Trust, Customer Satisfaction, User Flow Experience, E-Loyalty, Millennials, Shopee.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya serta kuasa dan curahan kasihnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ *Pengaruh Trust, Customer Satisfaction dan User Flow Experience terhadap E-Loyalty pada generasi Z pengguna aplikasi Shopee di Surabaya*”. Tak lupa sholawat dan salam penulis sanjungkan kepada baginda Rasulullah SAW.

Penulis skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik 17 Agustus 1945 Surabaya. Selama penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan dengan tulus, rasa terimakasih kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, kelancaran serta kemudahan.
2. Bapak Prof. Dr. Mulyanto, MM.,CMA., CPA selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MM selaku pembimbing pertama serta Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM selaku pembimbing kedua yang selalu meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan kepada saya.
6. Bapak/Ibu dosen serta para staf TU Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang turut membantu proses jalannya skripsi ini.
7. Ayah, Ibu, Kakak tercinta yang telah memotivasi, mendoakan dan memberikan dukungan moril dan materil dalam menyelesaikan skripsi. Serta kepada pemilik nama Hendarto Sujatmiko terimakasih telah menjadi sosok rumah yang selalu ada buat saya. Telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan materi kepada saya. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya.
8. Teman-teman yang memberikan support, dukungan dan semangat pada saat mengerjakan skripsi ini.
9. Diri sendiri yang selalu kuat, karena tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini.
10. Para responden yang meluangkan waktunya untuk mengisi kuesionernya saya, serta semua pihak yang membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas semua ke baikan yang telah bapak, ibu dan saudara berikan kepada penulis dengan kebaikan yang lebih besar disertai dengan curahan rahmat dan kasih sayangnya pada skripsi ini, penulis menyadari masih jauh

dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat penulis harapkan sebagai bahan perbaikan untuk kedepannya. Semoga skripsi ini membawa manfaat baik bagi penulis maupun pembaca. Amin

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 <i>Trust</i> (Kepercayaan).....	14
2.2.2 <i>Customer Satisfication</i> (Kepuasan Pelanggan).....	16
2.2.3 <i>User Flow Experience</i> (Pengalaman).....	18
2.2.4 <i>E – Loyalty</i> (Loyalitas).....	19
2.3 Definisi Konsep.....	20
2.4 Definisi Operasional.....	21
2.5 Pola Hubungan Antar Variabel.....	21
2.5.1 Pengaruh <i>Trust</i> dengan <i>E-Loyalty</i>	21
2.5.2 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>E-Loyalty</i>	22
2.5.3 Pengaruh <i>User Flow Exeperience</i> dengan <i>E-Loyalty</i>	23
2.6 Kerangka Dasar Pemikiran.....	23
2.7 Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Rancangan Penelitian.....	25
3.2 Populasi dan Sampel.....	25
3.2.1 Populasi.....	25
3.2.2 Sampel.....	25
3.3 Skala Pengukuran dan Instrument Penelitian.....	26
3.3.1 Skala Pengukuran.....	26
3.3.2 Instrumen Penelitian.....	27

3.4	Jenis Data dan Sumber Data.....	28
3.4.1.	Jenis Data.....	28
3.4.2.	Sumber Data.....	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6	Teknik Analisis Data.....	29
3.6.1.	Uji Asumsi Klasik.....	29
3.6.1.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	29
3.6.2.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	30
3.6.3	Pengujian Hipotesis.....	30
3.6.3.1	Uji Statistik t (Uji Parsial).....	30
3.6.3.2	Uji Statistik F.....	30
3.6.3.3	Koefisien Determinan (r^2).....	31
BAB IV PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1	Penyajian Data.....	33
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.1.2	Karakteristik Responden.....	35
4.1.3	Uji Instrumen.....	36
4.2	Tabulasi Data.....	39
4.2.1	Tabulasi Data Variabel.....	39
4.3	Analisis Data.....	58
4.3.1	Uji Asumsi Klasik.....	58
4.3.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
4.3.3	Uji Hipotesis.....	61
4.4	Pembahasan.....	64
4.4.1	Pengaruh <i>Trust</i> Pelanggan Terhadap <i>E-Loyalty</i>	64
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....		67
5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Rekomendasi.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....		69
LAMPIRAN.....		71

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3. 1 Skala Instrument Jawaban Kuesioner	27
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	35
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	36
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Transaksi Menggunakan Shopee	36
Tabel 4. 5 Hasil Pengujian Validitas	37
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Reliabilitas	38
Tabel 4. 7 Tabulasi Data Trust (X1)	39
Tabel 4. 8 Tabulasi Data Customer Satisfaction (X2)	42
Tabel 4. 9 Tabulasi Data User Flow Experience (X3)	45
Tabel 4. 10 Tabulasi Data E-Loyalty (Y)	48
Tabel 4. 11 Interval Rata-Rata Skor	52
Tabel 4. 12 Hasil Deskripsi Jawaban Responden Variabel Trust	52
Tabel 4. 13 Customer Satisfaction	54
Tabel 4. 14 User Flow Experience	56
Tabel 4. 15 E-Loyalty	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Transaksi E-Commerce di Indonesia (2008-2022)	1
Gambar 1. 2 Data Top 5 Aplikasi E-commerce di Indonesia dan Asia Tenggara	2
Gambar 1. 3 Marketplace Favorit Gen Z	3
Gambar 1. 4 Alasan Customer Memilih E-Commerce	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4. 1 Logo Marketplace Shopee	33
Gambar 4. 2 Tampilan Shopee Pada Playstore	34
Gambar 4. 3 Tampilan Halaman Utama Shopee	34
Gambar 4. 4 Hasil Uji Normalitas Data Model Histogram	58
Gambar 4. 5 Hasil Uji Normalitas Data Model P – Plot	58
Gambar 4. 6 Hasil Uji Multikonlinieritas	59
Gambar 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastitas	60
Gambar 4. 8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	60
Gambar 4. 10 Hasil Uji T	61
Gambar 4. 11 Hasil Uji Simultan (Uji F)	63
Gambar 4. 9 Hasil Uji Determinasi	63