

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA PLATFORM TIKTOK SHOP DI
SURABAYA**



OLEH:

**ELISABET BAIMOSA
201100065**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2024**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA PLATFORM TIKTOK SHOP DI
SURABAYA**

Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



OLEH :

ELISABET BAIMOSA

201100065

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Elisabet Baimosa
NPM : 201100065
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan dan Kepuasan
Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Platform
TikTok Shop di Surabaya

Pembimbing

Tanggal: 10 Juli 2024



(Bernardus Aris Ferdinan, S.S.,M.M.)

Mengetahui

Ketua Program Studi

Tanggal: 10 Juli 2024



(Dr. Thyophoida W. S. Panjaitan, M.M.)

SKRIPSI

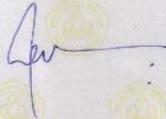
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PLATFORM TIKTOK
SHOP DI SURABAYA**

Oleh

Elisabet Baimosa
201100065

Dipertahankan di depan Penguji
Pada tanggal 07 Agustus 2024

Ketua Tim Penguji



(Dr. V. Ratna Inggawati, M.M.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi



(Dr. Lilik Indrawati, M.M.)

(Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PLATFORM TIKTOK
SHOP DI SURABAYA

Oleh

Elisabet Baimosa
201100065

Telah Diuji dan Dipertahankan Dihadapan
Tim Penguji Skripsi
Pada Tanggal 07 Agustus 2024

Ketua : Dr. V. Ratna Inggawati, M.M.

Anggota : 1. Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M.

2. Bernardus Aris Ferdinan, S.S., M.M.



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Elisabet Baimosa
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Manajemen
Alamat Asli : Morowali, Sulawesi Tengah
Nomor Identitas (KTP) : 7206126104020002

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PLATFORM TIKTOK SHOP SURABAYA

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan secara umum maupun sebagian dalam bentuk jurnal atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dijadikan rujukan dalam penulisan skripsi ini telah saya sebutkan sesuai dengan kaidah akademik yang berlaku umum. Apabila dikemudian hari terbukti ada ketidaksesuaian dan saya melakukan tindakan menyalin atau meniru karya tulis orang lain, saya bersedia menerima teguran berupa sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika, termasuk pencabutan gelar sarjana.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan dengan benar dan penuh tanggung jawab.

Surabaya, 12 Agustus 2024



(Elisabet Baimosa)



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Platform TikTok Shop di Surabaya". Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Manajemen (S.M) program Strata satu (S-1) di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, peneliti tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi peneliti berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar – besarnya kepada:

1. Romo Adrian Adiredjo, S.T.L., M.A., S.Th.D. selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika.
2. Ibu Dr. Lilik Indrawati, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.
3. Ibu Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika.
4. Bapak Bernardus Aris Ferdinan, S.S.,M.M. selaku dosen pembimbing dari peneliti yang senantiasa telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran dan membimbing peneliti sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar.
5. Ibu Dr. V. Ratna Inggawati, M.M. selaku Ketua Dosen Penguji yang sudah bersedia menyediakan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan serta kritik dan saran terhadap skripsi peneliti.
6. Ibu Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M. selaku Dosen Penguji yang sudah bersedia menyediakan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan serta kritik dan saran terhadap skripsi peneliti.
7. Seluruh dosen pengajar di Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika yang telah membimbing peneliti selama 4 tahun ini.
8. Alm. Ibu Binceana Moe yang tercinta yang sudah memberikan cinta serta kekuatan yang luar biasa sehingga peneliti bisa sampai di tahap akhir pendidikan ini.
9. Bapak Emilianus P yang tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat dalam mengerjakan skripsi dari awal hingga skripsi ini selesai.
10. Kepada saudara/i peneliti, Nanci Dedu, Delvina Nobho, Selvin Eka dan Ivon yang telah memberikan dukungan, atas segala do'a, usaha dan motivasi kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.
11. Motivator dan sahabat kampusku, Anna, Vero, Anggia, Memel, Nita, Yesinta dan Orin serta seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu akan kebaikan dan bantuannya, penulis mengucapkan terima kasih. Karena kebaikan yang ditanam akan berbunga kebaikan pula.

Meski peneliti telah berusaha semaksimal mungkin dalam pembuatan tugas akhir ini, tidak menutup kemungkinan masih banyak kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki. Oleh karena itu, peneliti memerlukan saran dan kritik yang dapat membangun untuk kedepannya. Peneliti berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya.

Surabaya, 12 Agustus 2024



(Elisabet Baimosa)

DAFTAR ISI

COVER DALAM	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2. Manfaat Praktis	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Kualitas Produk	7
2.1.2 Kepercayaan	9
2.1.3 Kepuasan Konsumen	11
2.1.4 Loyalitas Konsumen	12
2.2 Pengaruh Antar Variabel	14
2.2.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.	14



2.2.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen	15
2.2.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	15
2.3 Penelitian Terdahulu	15
2.4 Rerangka Pemikiran	21
2.5 Kerangka Konseptual	22
2.6 Hipotesis Penelitian.....	22
BAB 3 METODE PENELITIAN	23
3.1 Objek Penelitian	23
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data	23
3.2.1 Pendekatan Penelitian	23
3.2.2 Sumber Data.....	23
3.3 Variabel Penelitian	24
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	24
3.5 Populasi dan Sampel	25
3.5.1 Populasi	25
3.5.2 Sampel.....	25
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data.....	26
3.6.1 Metode Pengumpulan Data	26
3.6.2 Teknik Analisis Data	26
3.7 Uji Asumsi Klasik	28
BAB 4 HASIL PENELITIAN	31
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	31
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	34
4.3 Pembahasan dan Analisis Data	35
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	42
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	44



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

BAB 5 PENUTUP	49
5.1 Simpulan	49
5.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Presentase Jual Beli.....	1
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu 1 dan Sekarang	16
Tabel 2.2 Tabel Penelitian Terdahulu 2 dan Sekarang	17
Tabel 2.3 Tabel Penelitian Terdahulu 3 dan Sekarang	18
Tabel 2.4 Tabel Penelitian Terdahulu 4 dan Sekarang	19
Tabel 2.5 Tabel Penelitian Terdahulu 5 dan Sekarang	20
Tabel 3.1 Pengukuran Skala <i>Likert</i>	27
Tabel 3.2 Tabel Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	30
Tabel 4.1 Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kalamain	34
Tabel 4.2 Tabel Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.3 Tabel Responden Berdasarkan Intensitas Belanja	35
Tabel 4.4 Tabel Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 4.5 Tabel Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.6 Tabel Rentang Interval Kelas	37
Tabel 4.7 Tabel Nilai Mean Kualitas Produk	38
Tabel 4.8 Tabel Nilai Mean Kepercayaan.....	39
Tabel 4.9 Tabel Nilai Kepuasan Konsumen	40
Tabel 4.10 Tabel Nilai Mean Loyalitas Konsumen	41
Tabel 4.11 Tabel Hasil Uji Multikolinearitas	43
Tabel 4.12 Tabel Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	44
Tabel 4.13 Tabel Hasil Koefisien Determinasi	45
Tabel 4.14 Tabel Hasil Analisis Uji t	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran	21
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	22
Gambar 4.1 Logo Platform TikTok.....	32
Gambar 4.2 Tampilan Platform TikTok Shop.....	32
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	42
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	43

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	58
Lampiran 2 Data Kuesioner	62
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	71
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	72
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	76
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas	77
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas	78
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	79
Lampiran 9 Hasil Uji Linear Berganda.....	80
Lampiran 10 Hasil Uji Determinasi R ²	81
Lampiran 11 Hasil Uji Analisis T	82
Lampiran 12 Hasil Perhitungan Data Kuesioner	83
Lampiran 13 Uji Deskriptif	88



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen Pada Platform TikTok Shop di Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 75 orang yang sudah pernah melakukan pembelian produk pada Platform TikTok Shop minimal 2 kali. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan jenis data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data penelitian diolah menggunakan SPSS versi 25. Hasil analisa data menunjukkan bahwa semua item pernyataan variabel dinyatakan valid dengan r hitung $>$ r tabel. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa keseluruhan variabel dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60. Hasil uji normalitas dengan P-P Plot menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi karena tidak ada bentuk pola yang jelas dan adanya sebaran titik- titik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Persamaan regresi linear berganda $Y = 1,228 + 0,227X_1 + 0,380X_2 + 0,345X_3$. Koefisien determinasi pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai adjusted R square yaitu sebesar 0,760 atau 76% yang artinya variabel independen pada penelitian ini memberikan kontribusi kuat terhadap variabel dependen. Hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai T hitung pada variabel kualitas produk (X1) sebesar 2,437 lebih besar dari Ttabel 1,993 dan nilai sig. Sebesar 0,017 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat dinyatakan bahwa H1 diterima H0 ditolak yang disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada platform TikTok Shop. Nilai T hitung pada variabel kepercayaan (X2) sebesar 3,754 lebih besar dari Ttabel 1,993 dan nilai sig. Sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat dinyatakan bahwa H1 diterima H0 ditolak yang dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada platform TikTok Shop. Nilai T hitung pada variabel kepuasan konsumen sebesar 2,366 lebih besar dari Ttabel 1,993 dan nilai sig. Sebesar 0,021 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat dinyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada platform TikTok Shop.

Kata Kunci: Kualitas produk, kepercayaan, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen



Karya Ilmiah Milik Pribadi
untuk keperluan penelitian dan
didistribusikan kembali dengan
izin dari Universitas Mitra Bina Bangsa

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out whether the Influence of Product Quality, Trust and Consumer Satisfaction has an effect on Consumer Loyalty on the TikTok Shop Platform in Surabaya. The type of research used by researchers is quantitative. The sample in this study is 75 people who have purchased products on the TikTok Shop Platform at least 2 times. The sampling technique in this study uses the purposive sampling method and the type of data used is primary data. The data collection method uses a questionnaire. The research data was processed using SPSS version 25. The results of the data analysis show that all variable statement items are declared valid with r calculation $>$ r table. The results of the reliability test showed that all variables were declared reliable because Cronbach's Alpha value $>$ 0.60. The results of the normality test with the P-P Plot showed that the data used in the study were normally distributed. The results of the heteroscedasticity test showed that there were no symptoms of heteroscedasticity in the regression model because there was no clear pattern shape and there was a distribution of points above and below the number 0 on the Y. Multiple linear regression equation $Y = 1.228 + 0.227X_1 + 0.380X_2 + 0.345X_3$. The determination coefficient in this study shows that the adjusted R square value is 0.760 or 76%, which means that the independent variable in this study makes a strong contribution to the dependent variable. The results of the t-test in this study showed that the T value calculated on the product quality variable (X_1) of 2.437 was greater than the Ttable 1.993 and the sig. 0.017 is smaller than 0.05. So it can be stated that H_1 is accepted, H_0 is rejected, which concludes that product quality has a significant effect on consumer loyalty on the TikTok Shop platform. The T value calculated on the confidence variable (X_2) of 3.754 is greater than the Table of 1.993 and the value of sig. 0.000 is smaller than 0.05. So it can be stated that H_1 is accepted H_0 rejected which can be concluded that consumer trust has a significant effect on consumer loyalty on the TikTok Shop platform. The T value calculated on the consumer satisfaction variable of 2.366 is greater than the Table 1.993 and the sig. By 0.005 is smaller than 0.05. So it can be stated that consumer satisfaction has a significant effect on consumer loyalty on the TikTok Shop platform.

Keywords: *Product quality, trust, consumer satisfaction, consumer*

