

*PENGARUH DELIVERY EFFICIENCY, WEB DESIGN,  
CUSTOMER SERVICE, ONLINE SECURITY, ONLINE PRIVACY  
TERHADAP E-LOYALTY MELALUI E-TRUST DAN  
E-SATISFACTION PADA LAZADA.CO.ID SURABAYA*



**OLEH:**  
**ANDRIANUS PRASETYA RAHARJO**  
**3103015034**

**JURUSAN MANAJEMEN**  
**FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS KALOTIK WIDYA MANDALA**  
**SURABAYA**  
**2019**

*PENGARUH DELIVERY EFFICIENCY, WEB DESIGN,  
CUSTOMER SERVICE, ONLINE SECURITY, ONLINE PRIVACY  
TERHADAP E-LOYALTY MELALUI E-TRUST DAN  
E-SATISFACTION PADA LAZADA.CO.ID*

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

ANDRIANUS PRASETYA RAHARJO

3103015034

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

*DELIVERY EFFICIENCY, WEB DESIGN, CUSTOMER SERVICE,  
ONLINE SECURITY, ONLINE PRIVACY BERPENGARUH  
TERHADAP E-LOYALTY MELALUI E-TRUST DAN  
E-SATISFACTION PADA LAZADA.CO.ID SURABAYA*

OLEH:  
ANDRIANUS PRASETYA RAHARJO  
3103015034

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si  
NIK. 311.95.0228  
Tanggal:.....

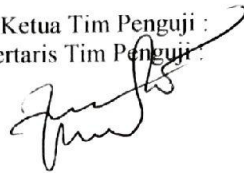


Yulika Rosita Agrippina S.M, MIB  
NIK. 311.18.1016  
Tanggal: 24..... Juni..... 2019

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Andrianus Prasetya Raharjo NRP 3103015034  
Telah diuji pada tanggal 3 Juli 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

A.n. Ketua Tim Penguji :  
Sekertaris Tim Penguji :



Drs. Ec. Daniel Tulasi,MM.  
NIK: 311.92.0184

Mengetahui:

Dekan



Dr. Lodovikus Lasdi, MM.,Ak.,CA,CPAI  
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc  
NIK. 311.11.0678

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andrianus Prasetya Raharjo

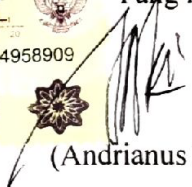
NRP : 3103015034


Judul Skripsi: Pengaruh *Delivery efficiency, WebDesign, Customer Service, Online Security, Online Privacy* terhadap *E-Loyalty* melalui *E-Satisficatin* dan *E-Trust* pada *Lazada.co.id* Surabaya.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, Juni 2019

Yang menyatakan  
  
(Andrianus Prasetya.R)



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir ini berjudul “*Delivery Efficiency, Web Design, Customer Service, Online security, Online Privacy* berpengaruh terhadap *E-Loyalty* melalui *E-trust* dan *E-Satisfaction* pada *Lazada.co.id* ”. Tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, telah banyak pihak yang telah membantu penulisan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

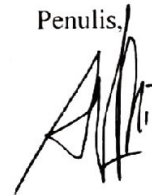
1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB. selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Dr. Cicilia Erna Susilawatis.E.,M.SI. selaku Dosen Wali yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis selama masa studi.
6. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi.

7. Seluruh staff tata usaha di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala yang selalu membantu dalam hal pengumpulan berkas-berkas.
8. Ayah, Ibu dan segenap keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi/tugas akhir ini.
9. Teman-teman kuliah yang saling mendukung dan memberikan semangat Syeli, Hera, Michael, Jhosua,Jojo, Dll.
10. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikirannya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
11. Semua pihak yang berkepentingan dan terlibat yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu, terima kasih atas doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan-kekurangan pada tugas akhir ini. Oleh sebab itu saya sebagai penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun agar tugas akhir ini dapat menjadi karya tulis yang lebih baik lagi kedepannya. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya.

Surabaya, .... Juli 2019

Penulis,



Andrianus Prasetya Raharjo

# DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK .....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
<b>BAB1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1 Manfaat Akademik.....	5
1.4.2 Manfaat Praktik .....	6
<b>BAB 2.KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 <i>E-Loyalty</i> .....	7
2.1.2 <i>E-Satisfaction</i> .....	8
2.1.3 <i>E-Trust</i> .....	9
2.1.4 <i>Delivery Efficiency</i> .....	10



2.1.5 <i>Web Design</i> .....	10
2.1.6 <i>Customer Service</i> .....	10
2.1.7 <i>Online Security</i> .....	11
2.1.8 <i>Online Privacy</i> .....	11
2.2 Penelitian Terdahulu .....	12
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	13
2.3.1 Pengaruh <i>Delivery Efficiency</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	13
2.3.2 Pengaruh <i>Web Design</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	13
2.3.3 Pengaruh <i>Customer Service</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	14
2.3.4 Pengaruh <i>Online Security</i> Terhadap <i>E-Trust</i> .....	14
2.3.5 Pengaruh <i>Online Privacy</i> Terhadap <i>E-Trust</i> .....	15
2.3.6 Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i> .....	15
2.3.7 Pengaruh <i>E-Trust</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i> .....	16
2.4 Model Penelitian .....	17
2.5 Hipotesis.....	17
<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>19</b>
3.1 Desain Penelitian.....	19
3.2 Identifikasi Variabel.....	19
3.3 Definisi Oprasional Variabel.....	20
3.3.1 <i>Delivery Efficiency</i> ( $X_1$ ).....	20
3.3.2 <i>Web Design</i> ( $X_2$ ).....	20
3.3.3 <i>Customer Service</i> ( $X_3$ ).....	20
3.3.4 <i>Online Security</i> ( $X_4$ ) .....	21
3.3.5 <i>Online Privacy</i> ( $X_5$ ).....	21
3.3.6 <i>E-Satisfaction</i> ( $Y_1$ ).....	22
3.3.7 <i>E-Trust</i> ( $Y_2$ ).....	22

3.3.8	<i>E-Loyalty</i> ( $Y_3$ ).....	23
3.4	Jenis Data dan Sumber Data.....	23
3.4.1	Jenis Data.....	23
3.4.2	Sumber Data.....	23
3.5	Skala Pengukuran Variabel.....	23
3.6	Alat Pengumpulan Data.....	24
3.7	Populasi, Sampel, dan Pengambilan Sampel.....	24
3.7.1	Populasi.....	24
3.7.2	Sampel.....	24
3.7.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	25
3.8	Teknik Analisis Data.....	25
3.8.1	Uji Validitas.....	26
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	26
3.8.3	Analisis <i>Structural Equation Model</i> .....	27
3.8.4	Pengujian Hipotesis.....	29
<b>BAB 4.</b>	<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>31</b>
4.1	Hasil Analisis Data.....	31
4.1.1	Karakteristik Responden.....	31
A.	Usia.....	31
B.	Jenis Kelamin.....	32
C.	Pendidikan Terakhir.....	32
D.	Pekerjaan.....	33
E.	Pendapatan Tiap Bulan.....	33
4.1.2	Statistik Deskriptif Jawaban Responden.....	34
A.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Delivery Efficiency</i> .....	35
B.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Web Design</i> .....	36
C.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Service</i> .....	36

D. Statistik Deskriptif Variabel <i>Online Security</i> .....	37
E. Statistik Deskriptif Variabel <i>Online Privacy</i> .....	38
F. Statistik Deskriptif Variabel <i>E-Satisfaction</i> .....	39
G. Statistik Deskriptif Variabel <i>E-Trust</i> .....	40
H. Statistik Deskriptif Variabel <i>E-Loyalty</i> .....	40
4.1.3 Analisis Data Penelitian.....	41
A. Uji Normalitas Data .....	42
B. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	44
C. Uji Kecocokan Model Struktural .....	46
D. Model Struktural atau Structural Equation Model .....	48
E. Uji Hipotesis Penelitian.....	50
4.2 Pembahasan.....	52
4.2.1 Pengaruh <i>Delivery Efficiency</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	53
4.2.2 Pengaruh <i>Web Design</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	53
4.2.3 Pengaruh <i>Customer Service</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	54
4.2.4 Pengaruh <i>Online Security</i> Terhadap <i>E-Trust</i> .....	54
4.2.5 Pengaruh <i>Online Privacy</i> Terhadap <i>E-trust</i> .....	55
4.2.6 Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i> .....	55
4.2.7 Pengaruh <i>E-Trust</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i> .....	56
<b>BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>57</b>
5.1 Simpulan .....	57
5.2 Saran.....	58
5.2.1 Saran Teoritis .....	58
5.2.2 Saran Praktis .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Website E-commerce</i> .....	2
Tabel 3.1	<i>Goodness of Fit</i> .....	28
Tabel 4.1	Usia.....	31
Tabel 4.2	Jenis kelamin .....	32
Tabel 4.3	Pendidikan Terakhir .....	32
Tabel 4.4	Jenis Pekerjaan .....	33
Tabel 4.5	Pendapatan Tiap Bulan.....	33
Tabel 4.6	Interval Rata - Rata Skor.....	35
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel <i>Delivery efficiency</i> .....	35
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel <i>Web Design</i> .....	36
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Service</i> .....	37
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif Variabel <i>Online Security</i> .....	37
Tabel 4.11	Statistik Deskriptif Variabel <i>Online Privacy</i> .....	38
Tabel 4.12	Statistik Deskriptif Variabel <i>E-Satisfaction</i> .....	39
Tabel 4.13	Statistik Deskriptif Variabel <i>E-trust</i> .....	40
Tabel 4.14	Statistik Deskriptif Variabel <i>E-Loyalty</i> .....	40
Tabel 4.15	Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> .....	42
Tabel 4.16	Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> .....	43
Tabel 4.17	Hasil Uji Validitas Data .....	44
Tabel 4.18	Hasil Uji Reliabilitas .....	45
Tabel 4.19	Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i> .....	47
Tabel 4.20	Pengujian Hipotesis.....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	17
----------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Kuesioner Penelitian
2. Identifikasi Responden
3. Karakteristik Responden
4. Statistik Deskriptif
5. Uji Normalitas
6. Uji Validitas
7. Uji Reliabilitas
8. SEM

## ABSTRAK

*Loyalty* telah menjadi salah satu isu penting untuk bisnis *online* sebagian karena pelanggan dapat dengan mudah beralih dari satu *took online* yang lain dan sebagian karena mereka dapat dengan mudah membandingkan barang serupa di *took online* yang berbeda. Memahami hubungan antara *satisfaction*, *trust*, dan *loyalty*. *Satisfaction* dalam lingkungan *virtual* telah menjadi topik penting dari analisis yang menjadi faktor kunci dalam bersaing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *delivery efficiency*, *web design*, *customer service*, *online security*, dan *online privacy* terhadap *E-loyalty* pelanggan Lazada.co.id dengan melalui *E-satisfaction* dan *E-trust* sebagai mediasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Lazada.co.id. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 200 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data menggunakan analisis structural equation model dengan program Lisrel. Hasil analisis data menunjukkan bahwa *delivery efficiency*, *web design*, *customer service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-satisfaction*. Penelitian ini juga memperlihatkan hasil bahwa *online security*, dan *online privacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-trust*. Serta *E-satisfaction* dan *E-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-loyalty*.

Kata Kunci: *Delivery Efficiency*, *Web Design*, *Customer Service*, *Online Security*, *Online Privacy*, *E-satisfaction*, *E-trust*, *E-loyalty*.

## **Abstract**

Loyalty has become one of the important issues for online businesses in part because customers can easily switch from one online store to another and partly because they can easily compare similar items in different online stores understand The relationship between satisfaction, trust and loyalty. Satisfaction in a virtual environment has become an important topic of analysis which is a key factor in competing. This research aims to determine the influence of delivery efficiency, web design, customer service, online security, and online privacy against e-loyalty Lazada.co.id customers through e-satisfaction and e-trust as mediation.

The population in this research is Lazada.co.id customers. Number of samples studied as much as 200 respondents. Sampling using purposive sampling techniques. Data analysis uses structural equation model analysis with Lisrel program. Data analysis results show that delivery efficiency, web design, customer service influence positive and significant to e-satisfaction. The research also shows the results that online security, and online privacy have a positive and significant effect on the e-trust. And e-satisfaction and e-trusts have a positive and significant impact on e-loyalty.

**Keywords:** Delivery Efficiency, Web Design, Customer Service, Online Security, Online Privacy, E-satisfaction, E-trust, E-loyalty