

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KEPUASAN DAN  
KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA *E-COMMERCE*  
LAZADA DI KOTA KUPANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**



**OLEH:**

**SIMON PETRUS KOTEN**

**NIM: 32118022**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA  
KUPANG  
2022**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *WORD OF MOUT*, KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN  
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI KOTA  
KUPANG PADA *E-COMMERCE* LAZADA**

Yang diajukan oleh :


Nama : Simon Petrus Koten  
NIM : 32118022  
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Skripsi ini telah disetujui dan diterima oleh Tim Pembimbing  
Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Pembimbing I

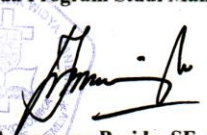
Pembimbing II

  
Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si  
NIDN : 0818116101

  
Maria A. Lopes Amaral, SE, MM  
NIDN : 0805079302

Kupang ..... 2023

Ketua Program Studi Manajemen

  
Anggraeny Paridy, SE, M.Si  
NIDN : 0011036501

## LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : Sabtu, 17 Desember 2022  
Jam : 10.00 – 12.00 WITA  
Tempat : Magister Manajemen  
Atas Nama : Simon Petrus Koten  
NIM : 32118022  
Dinyatakan : **LULUS**

### PANITIA PENGUJI SKRIPSI

1. Ketua : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.SI (  )
2. Sekretaris : Maria A.L. Amaral, SE, MM (  )
3. Penguji I : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM (  )
4. Penguji II : Jou Sewa Adrianus, SE, MM (  )
5. Penguji III : Maria A.L. Amaral, SE, MM (  )

### MENGETAHUI

  
**Dekan**  
**Fakultas Ekonomika dan Bisnis**  
**Dr. M. E. Perseveranda, SE, M.Si**  
**NIDN : 0819066703**

  
**Ketua Program Studi**  
**Manajemen**  
**Anggraeny Paridy, SE, M.Si**  
**NIDN : 0011036501**

## **MOTTO**

**“Setiap Masa Ada Orangnyanya Dan Setiap Orang Ada Masanya”**

## **PERSEMBAHAN**

**Skripsi ini Kupersembahkan Kepada:**

- 1. Bapak Hendrikus B. Koten dan Ibunda Terkasih Modesta Dadas.**
- 2. Kakak Sisilia Asri Koten dan Kakak Patrisia Yunita Koten Tercinta.**

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat-Nya, sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Tugas akhir ini disusun sebagai bagian dari syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang. Menyadari bahwa dalam proses penelitian dan penyusunan tulisan ini, berkat campur tangan dari Tuhan Yang Maha Kuasa serta bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga tulisan ini dapat terselesaikan. Untuk itu, dengan tulus hati diucapkan terima kasih kepada:

1. Pater Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang beserta Stafnya yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang
2. Ibu Dr. M. E Perseveranda, SE, M.Si, selaku Dekan dan Bruder Salomon Leki, SVD, SE, Mec. Dev dan Ibu Rere Paulina Bibiana, SE, M.Si selaku Wakil Dekan I dan Wakil Dekan II Fakultas Ekonomika dan Bisnis, yang telah mengarahkan dan membimbing dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik di Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
3. Ibu Anggraeny Paridy, SE, M.Si dan Ibu Maria B. M. G Wutun, SE, MM, selaku Ketua Program Studi dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan motivasi yang sangat membantu keberhasilan studi di Program Studi Manajemen

4. Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE., M.Si dan Ibu Maria Augustin Lopes Amaral, SE., MM selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, yang telah memberikan masukan, perbaikan, motivasi, dan meluangkan waktu dalam membimbing selama penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM dan Bapak Jou Sewa Adrianus, SE, MM selaku Penguji I dan Penguji II, yang telah memberikan masukan, saran, dan perbaikan dalam penyempurnaan penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, atas pelajaran dan bekal ilmu pengetahuan serta bimbingan selama mengikuti perkuliahan.
7. Ibu Angelina Penum, SH selaku Kepala Tata Usaha dan seluruh Pegawai Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis, serta seluruh Civitas Akademika yang telah membantu menyiapkan fasilitas selama perkuliahan dan dalam segala urusan administrasi
8. Bapak Hendrikus B. Koten dan Mama Modesta Dadas yang telah melahirkan, membesarkan, merawat dari kecil sampai besar dan kakak-kakak yang telah mendukung baik dalam doa maupun berupa materi yang diberikan selama mengikuti pendidikan di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
9. Seluruh teman seperjuangan, yang telah berjuang bersama dari awal perkuliahan sampai selesai, yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan studi di Program Studi Manajemen.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penelitian, sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhir kata, menyadari bahwa tulisan ini masih terdapat banyak kekurangan

dan jauh dari kata sempurna, untuk itu dengan kerendahan hati, mengharapkan keritik saran dari pembaca, guna perbaikan karya-karya di waktu yang akan datang. Semoga tulisan ini bermanfaat bagi para pembaca sekalian.

Kupang, Desember 2022

Penulis

## ABSTRAK

**Simon Petrus Koten (32118202) “Pengaruh *Word of Mouth*, Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada *E-commerce* Lazada”. Penulisan Skripsi ini di bawah Bimbingan Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Maria Augustin Lopes Amaral, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II.**

*E-commerce* Lazada merupakan salah satu *e-commerce* yang terkenal di Indonesia. Lazada adalah perintis *e-commerce* di beberapa Negara dengan pertumbuhan terbilang cepat di dunia yang menawarkan pengalaman belanja online cepat, aman dan nyaman. Lazada juga selalu menyediakan jutaan produk yang selalu *update* setiap saat. Walaupun demikian, Lazada mengalami penurunan pengunjung dari tahun 2019-2021. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana gambaran pelanggan tentang, *word of mouth*, kepuasan, kepercayaan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada *e-commerce* Lazada? 2) Apakah *word of mouth*, kepuasan dan kepercayaan pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada *e-commerce* Lazada? 3) Apakah *word of mouth*, kepuasan dan kepercayaan pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada *e-commerce* Lazada? Adapun tujuan penulisan yaitu: 1) Untuk mengetahui gambaran pelanggan tentang *word of mouth*, kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan pada *e-commerce* Lazada. 2) Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth*, kepuasan dan kepercayaan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada *e-commerce* Lazada. 3) Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth*, kepuasan dan kepercayaan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada *e-commerce* Lazada.

Penelitian dilakukan terhadap konsumen yang memutuskan membeli secara online pada *e-commerce* Lazada. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 120 responden yang ditentukan dengan mengalikan jumlah indikator dengan angka 5. Pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling sccidental*. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Alat analisis data menggunakan statistik deskriptif dan analisis inferensial dengan menggunakan program SPSS versi 26.

Hasil analisis deskriptif menggambarkan kategori persepsi variabel *word of mouth* 78,7% dalam kategori baik, variabel kepuasan 76,7% dalam kategori baik, variabel kepercayaan pelanggan 76,5% dalam kategori baik dan loyalitas pelanggan 74,8% dalam kategori baik. Analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan  $Y = 0,268X_1 + 0,235X_2 + 0,445X_3$ . Hasil uji t menunjukkan variabel *word of mouth*, kepuasan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji F menunjukkan variabel *word of mouth*, kepuasan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan Signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil koefisien determinasi adalah 0,706 atau 70,6%, artinya variabel loyalitas pelanggan pada *e-commerce* Lazada, merupakan kontribusi dari variabel *word of mouth*, kepuasan dan kepercayaan pelanggan, sedangkan selebihnya sebesar 29,4% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diikutsertakan ke dalam penelitian ini.

Hendaknya Lazada perlu meningkatkan loyalitas, dengan cara memberikan kepuasan kepada pelanggan berupa mengirim barang yang sesuai dan memenuhi ekspektasi pelanggan, sehingga mereka merasa percaya. Apabila pelanggan merasa puas dan percaya, maka mereka akan selalu menyukai dan mau menggunakan Lazada kembali. Lazada juga perlu meningkatkan *word of mouth*, dengan cara membuat program referral. Setiap pelanggan yang merekomendasikan kepada orang lain melalui ulasan, akan mendapatkan potongan harga atau voucher.

**Kata Kunci :** *Word of Mouth*, Kepuasan, Kepercayaan Pelanggan dan loyalitas Pelanggan.



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Masalah Penelitian .....	8
C. Tujuan Penulisan .....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	11
A. Konsep Pemasaran .....	11
B. Perilaku Konsumen .....	14
C. Loyalitas Pelanggan .....	16
D. <i>Word of Mouth</i> .....	21
E. Kepuasan .....	22
F. Kepercayaan Pelanggan .....	24

G. Penelitian Terdahulu .....	26
H. Kerangka Pemikiran.....	28
I. Hipotesis Penelitian.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	31
B. Populasi dan Sampel .....	31
C. Jenis Data .....	3c
D. Teknik Pengumpulan Data .....	34
E. Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran.....	35
F. Uji Kuesioner .....	37
G. Metode Analisis Data.....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
A. Karakteristik Responden .....	49
B. Hasil Uji Kuesioner.....	55
C. Analisis Data .....	59
D. Pembahasan.....	72
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Pengunjung <i>E-commerce</i> Lazada 2019-2021 .....	6
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, dan Skala Pengukuran.....	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word of Mouth</i> ( $X_1$ ).....	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan ( $X_2$ ) .....	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Pelanggan ( $X_3$ ).....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	57
Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas .....	58
Tabel 4.11 Kategori Gambaran <i>Word of Mouth</i> ( $X_1$ ).....	59
Tabel 4.12 Kategori Gambaran Kepuasan ( $X_2$ ).....	60
Tabel 4.13 Kategori Gambaran Kepercayaan Pelanggan ( $X_3$ ).....	51
Tabel 4.14 Kategori Gambaran Loyalitas Pelanggan (Y) .....	62
Tabel 4.15 Uji Linearitas.....	64
Tabel 4.16 Uji Multikoleniaritas .....	65
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	67
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	69
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	71
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R_2$ ).....	72

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	30
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas .....	63
Gambar 4.2 P-plot Uji Normalitas.....	63
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	66

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	83
Lampiran 2 Deskriptif Variabel <i>Word Of Mouth</i> ( $X_1$ ).....	87
Lampiran 3 Deskriptif Variabel Kepuasan ( $X_2$ ) .....	90
Lampiran 4 Deskriptif Variabel Kepercayaan Pelanggan ( $X_3$ ).....	93
Lampiran 5 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) .....	96
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Word Of Mouth</i> ( $X_1$ ).....	100
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan ( $X_2$ ).....	101
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kepercayaan Pelanggan ( $X_3$ ).....	102
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Pelanggan (Y).....	100
Lampiran 10 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	103
Lampiran 11 Hasil Uji Hipotesis .....	107