

**PERAN WEBSITE QUALITY, *TRUST* DAN  
*CUSTOMER ENGAGEMENT* TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN**

**Skripsi**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan**

**Mencapai derajat sarjana S1**



**Disusun Oleh :**

**Muhammad Zakariya**

**NIM : 30401511816**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG**

**SEMARANG**

**2020**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**Usulan Penelitian Untuk Skripsi**

**Peran *Website Quality*, *Trust* dan *Customer engagement*  
terhadap Loyalitas Pelanggan**

**Disusun oleh :**

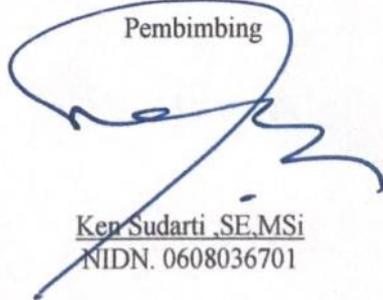
**Muhammad Zakariya**

**NIM : 30401511816**

**Telah Disetujui Oleh Pembimbing Dan Selanjutnya Dapat Diajukan  
Kehadapan Sidang Panitia Ujian Usulan Penelitian Skripsi Program Studi  
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang**

Semarang, April 2020

Pembimbing



Ken Sudarti, SE, MSi  
NIDN. 0608036701

# Peran *Website Quality*, *Trust* dan *Customer engagement* terhadap *Loyalitas Pelanggan*

Disusun Oleh :  
**Muhammad Zakariya**  
NIM : 30401511816

Telah dipertahankan di depan penguji  
Pada tanggal, 17 Maret 2020

## Susunan Dewan Penguji

Pembimbing



Ken Sudarti, SE, Msi  
NIK.210491023

Penguji I



Dr. Hendar, SE., MS.i  
NIK. 210499041

Digitally signed by Dr.  
Hendar, SE, M.Si  
Date: 2020.04.28 18:14:35  
+07'00'

Penguji II



Zaenuddin, SE, MM  
NIK.210492031

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan untuk  
memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Tanggal 17 Maret 2020  
Ketua Program Studi Manajemen



Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM  
NIK. 210499042

Digitally signed  
by ardian  
Date: 2020.05.05  
12:18:53 +07'00'

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Zakariya  
NIM : 30401511816  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **"PERAN WEBSITE QUALITY, TRUST DAN CUSTOMER ENGAGEMENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN"** dan diajukan untuk diuji pada tanggal Februari 2020 adalah karya saya. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik skripsi yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah-olah tulisan saya sendiri. Saya bersedia bila gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas dibatalkan.

Semarang, 17 Maret 2020

Pembimbing

Ken Sudarti, SE, MSi



## INTISARI

Pembahasan dalam penelitian ini, kepuasan dalam konteks e-commerce yang sering disebut sebagai e-satisfaction didefinisikan sebagai akumulasi dari kepuasan yang konsumen dapatkan pada setiap pembelian dan pengalaman mengonsumsi barang atau jasa dari waktu ke waktu pada sebuah situs online. Konsumen yang puas inilah yang mempunyai kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang, dan merekomendasikan barang atau jasa. Sedangkan pelanggan yang tidak puas, akan lebih cenderung untuk berpindah ke merek lain, dan tidak berkeinginan untuk membangun hubungan yang dekat dengan suatu merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Bagaimana pengaruh Website Quality terhadap *Trust*? 2) Bagaimana pengaruh *Trust* terhadap *Customer Engagement* ? 3) Bagaimana pengaruh Website Quality terhadap Loyalitas Pelanggan ? 4) Bagaimana pengaruh *Trust* terhadap Loyalitas Pelanggan? 5) Bagaimana pengaruh *Customer Engagement* terhadap Loyalitas Pelanggan? Responden dalam penelitian ini adalah warga Semarang yang pernah melakukan pembelian pada situs Lazada.co.id sejumlah 100 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif karena menjelaskan hubungan antara variabel-variabel dengan menggunakan kuesioner sebagai alat dalam pengumpulan data untuk mengungkap data Kualitas produk, citra merek, *Customer Trust* terhadap loyalitas pelanggan. Data yang diperoleh dan dianalisis menggunakan teknik analisis PLS (Partial Least Square) melalui software smart PLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Website Quality terbukti berpengaruh positif pada terhadap *Trust* pelanggan. *Trust* terbukti berpengaruh positif pada terhadap *Customer engagement*. Website Quality terbukti berpengaruh positif pada terhadap loyalitas pelanggan. *Trust* terbukti berpengaruh positif pada terhadap loyalitas pelanggan. *Customer Engagement* terbukti berpengaruh positif pada terhadap loyalitas pelanggan. *Trust* dan *Customer Engagement* berhasil memediasi pengaruh *website quality* dalam membangun loyalitas pelanggan.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang mana telah melimpahkan taufiq, rahmat, hidayah-Nya dan senantiasa memberikan petunjuk, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan usulan penelitian skripsi dengan judul **“Peran Website Quality, Trust dan Customer Engagement terhadap Loyalitas Pelanggan”**.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat mencapai derajat sarjana Program Strata 1 (S1) Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Penulis menyadari bahwa penulisan usulan penelitian pra skripsi ini tidak lepas dari doa, bimbingan, bantuan, dukungan, serta saran dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

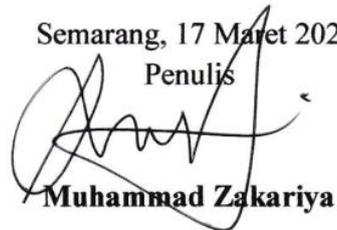
1. Allah SWT, Allah Maha Besar yang mana sudah memberikan kesehatan dan kemudahan dalam proses pembuatan penelitian skripsi ini.
2. Orang Tua dan keluarga Penulis selaku pendukung setia dikala susah ataupun senang.
3. Ibu Ken Sudarti, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya dan bersedia untuk memberikan bimbingan, arahan, disiplin kerja, dan saran selama penyusunan penelitian skripsi ini.
4. Ibu Hj. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Unissula Semarang.
5. Bapak Dr. H. Ardian Adhiatma, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada penulis.
7. Kepada teman-teman seperjuangan yaitu Dian, Athif, Auzan, Faiq Roden, Rizal, Faiz, Lian, Sahrul Josa Dan Nabil serta partner saya Yana Halizah. Terimakasih atas support dan doanya dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Teman dan Sahabat kelas D dan seluruh teman-teman manajemen angkatan tahun 2015 Unissula, terima kasih atas doa, motivasi, dan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini.
9. Kepada seluruh pihak dan teman-teman penulis lainnya yang tidak disebutkan namanya satu-persatu, semoga Allah selalu memberikan ridho dan rahmat kepada kita semua atas kebaikan yang telah kita lakukan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan penelitian skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 17 Maret 2020

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Muhammad Zakariya', written over the printed name.

**Muhammad Zakariya**