

**PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA GENERASI Z
PENGGUNA TIKTOK SHOP DI YOGYAKARTA**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Hilarius Titan Anggerageng Yarlantri Tamidiyono

NPM: 210326233

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS DAN
EKONOMIKA UNIVERSITAS
ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2025

SKRIPSI

**PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PADA GENERASI Z PENGGUNA TIKTOK SHOP DI
YOGYAKARTA**



Disusun Oleh:

Hilarius Titan Anggerageng Yarlantri Tamidiyono

NPM: 210326233

Telah dibaca dan disetujui
Yogyakarta, 1 Oktober 2025

Pembimbing

Oscar Christmadian Noventa, S.E., M. Sc

Skripsi

**PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA GENERASI Z PENGGUNA
TIKTOK SHOP DI Yogyakarta**

Yang dipersembahkan dan disusun oleh:
Hilarius Titan Anggerageng Yarlantri Tamidiyono
NPM : 210326233

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

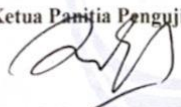
Pada tanggal:

4 September 2025

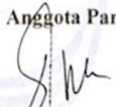
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
untuk diterima Sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana
Manajemen
(SI) Program Studi Manajemen

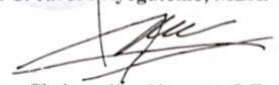
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Wenefrida Mahestu N Krisjanti, Msc., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji


Drs. C. Jara Priyogutomo, MBA.


Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M. Sc

Yogyakarta, 1 Oktober 2025
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**“PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA GENERASI Z PENGGUNA TIKTOK
SHOP DI YOGYAKARTA”**

Merupakan hasil karya saya sendiri. Seluruh pernyataan, ide, dan kutipan, baik secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain, telah dinyatakan secara tertulis dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, baik sebagian maupun seluruh isi skripsi ini, maka gelar sarjana dan ijazah yang diperoleh dinyatakan batal dan akan dikembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 13 Agustus 2025
Yang menyatakan,



Hilarius Titan Anggerageng Y. T.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA GENERASI Z PENGGUNA TIKTOK SHOP DI YOGYAKARTA” dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar- besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas penyertaan dan kasih karunia-Nya yang senantiasa memampukan penulis menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M.Sc, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing, memberi arahan, serta masukan yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
3. Kepada keluarga tercinta, Papa Marcus Yarmanto, Mama Patricia Tri Atmini, Kakak saya Maria Bening Wohingati Yarlantri Tamidiyono, dan Adik saya Hilarius Lanang Pijerlintang Yarlantri Tamidiyono yang selalu memberikan dukungan penuh, doa, dan semangat kepada penulis.

4. Saya juga menyampaikan terimakasih kepada pacar saya, Monika Chandra, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta semangat selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Sahabat dan saudara Zahrin, Rizki, Arya. Terima kasih karena selalu memberi dukungan, semangat, waktu kebersamaan dan nasihat yang berarti ditengah kesibukan kalian masing-masing.
6. Sahabat-sahabat Kelana Adventure seperti Nico, Naren, Nemang. Terima kasih telah menjadi bagian dalam perjalanan ini yang senantiasa mendampingi, mendoakan, dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
7. Seluruh teman-teman di Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta atas kebersamaan dan dukungan selama masa studi.
8. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun telah memberikan dukungan, bantuan, dan doa kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Penulis juga berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, 13 Agustus 2025
Penulis



Hilarius Titan Anggerageng Y. T.

MOTTO

“Jangan pernah menyerah, bahkan jika terluka parah, kau harus tetap berdiri sampai akhir.”

(Tanjiro Kamado)

“Opportunities don’t happen. You create them.”

(Chris Grosser)

“Jangan takut, sebab Aku menyertai engkau, jangan bimbang, sebab Aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa kemenangan.”

(Yesaya 41:10)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	4
1.3 TUJUAN PENELITIAN	5
1.4 MANFAAT PENELITIAN	6
1.5 SISTEMATIKA PENELITIAN	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 KAJIAN TEORI	8
2.3 HIPOTESIS PENELITIAN	27
2.4 KERANGKA PENELITIAN.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 DESAIN PENELITIAN	33
3.2 POPULASI DAN SAMPEL.....	33
3.3 METODE PENGUMPULAN DATA	34
3.4 INSTRUMEN PENELITIAN.....	35

3.5 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL.....	36
3.6 METODE ANALISIS DATA.....	38
3.7 UJI HIPOTESIS.....	40
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 ANALISIS PROFIL RESPONDEN	44
4.2 ANALISIS KUALITAS INSTRUMEN.....	47
4.3 ANALISIS DESKRIPTIF	49
4.4 UJI HIPOTESIS.....	51
4.5 PEMBAHASAN.....	56
BAB V PENUTUP.....	60
5.1 KESIMPULAN.....	60
5.2 IMPLIKASI MANAJERIAL.....	60
5.3 KETERBATASAN PENELITIAN.....	63
5.4 SARAN PENELITIAN	64
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 KERANGKA PENELITIAN.....	32
-------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Skala Likert	36
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	37
Tabel 3.3.Interval Koefisien Korelasi Antar Variabel.....	43
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Angket	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Angket.....	51
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Korelasi.....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (T)	58
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Angket <i>Google Form</i>	70
Lampiran 2. <i>Screenshoot Google Form</i>	76
Lampiran 3. Data Responden dan Jawabannya	86
Lampiran 4. Data Mentah Kuesioner	97
Lampiran 5. Hasil Validitas dan Reliabilitas Angket.....	107
Lampiran 6. Hasil Olah Data	111
Lampiran 7. Tabel r Product Moment.....	113
Lampiran 8. Jurnal	114

ABSTRAK

PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA GENERASI Z PENGGUNA TIKTOK SHOP DI YOGYAKARTA

Disusun oleh:

Hilarius Titan Anggerageng Yarlantri Tamidiyono
210326233

Pembimbing:

Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M. Sc

Perkembangan teknologi informasi telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, salah satu fenomena yang muncul dari transformasi digital ini adalah meningkatnya penggunaan platform *e-commerce* untuk berbelanja secara online menggunakan Tiktok Shop. Tiktok Shop menawarkan pengalaman berbelanja yang berbeda melalui fitur-fitur seperti *liveshopping*, ulasan langsung dari *influencer*, serta konten yang bersifat interaktif dan viral. Ketika konsumen memiliki pengalaman berbelanja daring melalui Tiktok Shop yang memuaskan, konsumen cenderung lebih mengembangkan loyalitas dan menunjukkan perilaku berulang dengan kembali membeli dengan daring yang sama untuk pembelian berikutnya. Penelitian ini bertujuan untuk memiliki konsumen yang mempunyai kecenderungan membeli sebuah produk atau menggunakan jasa Tiktok Shop berulang kali, karena konsumen merasa puas terhadap pelayanan dan kualitas produknya, maka konsumen setia (akan membeli atau menggunakan jasa Tiktok Shop lagi) dan memiliki rasa percaya terhadap kualitas pelayanan atau produk Tiktok Shop yang baik. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 139 generasi Z pengguna Tiktok Shop yang telah melakukan pembelian produk di Tik Tok Shop. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dan data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner *Google Form* dengan skala *Likert 5* poin. Data yang terkumpul diolah menggunakan perangkat lunak SPSS dengan metode analisis menggunakan uji korelasi dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen pada generasi Z pengguna Tiktok Shop di Yogyakarta, artinya kepuasan konsumen berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen. Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen generasi Z pengguna Tiktok Shop, yang berarti bahwa kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen generasi Z pengguna Tiktok Shop. Kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen generasi Z pengguna Tiktok Shop, ini berarti kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen generasi Z

pengguna Tiktok Shop. kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen dimediasi secara positif oleh kepercayaan konsumen generasi Z pengguna Tiktok Shop.

Kata Kunci: Kepuasan, Kepercayaan, Loyalitas Konsumen, Tiktok Shop.

