

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Komitmen, Empati, Timbal Balik dan Kepercayaan Toko *Online* terhadap Kepuasan Konsumen di Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Heni Maritasari, NIM 17402153123, pembimbing Dr. Syafrudin Arif M.M., M.S.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh teknologi yang saat ini terus berkembang dan mengalami kemajuan. Kemajuan tersebut menyebabkan berubahnya cara belanja masyarakat. Saat ini Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan *e-commerce* yang tinggi. Beberapa tahun terakhir banyak perusahaan besar maupun kecil yang mengembangkan usahanya ke arah digital. Internet merupakan salah satu media yang digunakan suatu perusahaan untuk mempromosikan produknya. Masyarakat sekarang menginginkan kebutuhannya dapat dipenuhi dengan mudah dan praktis yang sekarang ini mereka menggunakan HP android untuk berbelanja di situs *online*. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh komitmen dari toko *online* terhadap kepuasan konsumen di Kabupaten Tulungagung, untuk menguji pengaruh empati dari toko *online* terhadap kepuasan konsumen di Kabupaten Tulungagung, untuk menguji pengaruh timbal balik dari toko *online* terhadap kepuasan konsumen di Kabupaten Tulungagung, untuk menguji pengaruh kepercayaan dari toko *online* terhadap kepuasan konsumen di Kabupaten Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Cluster Random Sampling* dengan sampel sebanyak 34 responden. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini data primer (kuesioner) dengan pengukuran menggunakan skala likert. Kemudian hasil kuesioner dianalisis menggunakan uji instrumen data yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis yaitu uji t serta uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial komitmen mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *daring* di Kabupaten Tulungagung, empati mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *daring* di Kabupaten Tulungagung, timbal balik mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *daring* di Kabupaten Tulungagung, dan kepercayaan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *daring* di Kabupaten Tulungagung.

**Kata Kunci:** *Komitmen, Empati, Timbal Balik, Kepercayaan, dan Kepuasan Konsumen*

## **ABSTRACT**

*The thesis The Effect of Commitment, Empathy, Reciprocity and Trust online store on Consumer Satisfaction in Tulungagung Regency was written by Heni Maritasari, NIM 17402153123, advised by Dr. Syafrudin Arif M.M., M.S.I.*

*This research is motivated by technology that is currently developing and progressing. This progress has caused a change in the way people spend. At present Indonesia is a country with high e-commerce growth. In recent years, many large and small companies have developed their business in a digital direction. The internet is one of the media used by a company to promote its products. People now want their needs to be met easily and practically, which they are currently using an Android cellphone to shop on online sites. The purpose of this study is to examine the effect of commitment from online stores to consumer satisfaction in Tulungagung, to test the influence of empathy from online stores on consumer satisfaction in Tulungagung, to examine the reciprocity effect of online store on consumer satisfaction in Tulungagung, to examine the influence of trust from online stores on consumer satisfaction in Tulungagung.*

*This study uses a quantitative approach and the type of associative research. The sampling method in this study is Cluster Random Sampling with a sample of 34 respondents. Sources of data used in this study are primary data (questionnaires) with measurements using a Likert scale. Then the results of the questionnaire were analyzed using test data instruments, namely validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression test, hypothesis testing, namely t test and test coefficient of determination ( $R^2$ )*

*The results of this study indicate that partially commitment has a positive and significant influence on online consumer satisfaction in Tulungagung District, empathy has a positive and significant influence on online customer satisfaction in Tulungagung District, reciprocity has positive and significant influence on online consumer satisfaction in Tulungagung Regency, and trust has a positive and significant influence on online customer satisfaction in Tulungagung District.*

**Keywords:** *Commitment, Empathy, Reciprocity, Trust, and Consumer Satisfaction*