

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI
OLEH KEPUASAN PELANGGAN PADA SITUS BELANJA
*ONLINE***

Olivia Citra Octaviani

1705617007



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

***THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY AND PERCEIVED
PRICE ON CUSTOMER LOYALTY WHICH MEDIATION BY
CUSTOMER SATISFACTION STUDY ON ONLINE SHOPPING
SITE***

Olivia Citra Octaviani

1705617007



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

***The thesis is written as one of requirement for getting Bachelor Degree of
Management on Faculty of Economics State University of Jakarta.***

BACHELOR MANAGEMENT STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2021

ABSTRAK

Olivia Citra Octaviani, 2021; Pengaruh *E-Service Quality* dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan pada Situs Belanja Online. Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Dr. Mohamad Rizan, S.E, M.M. & Agung Kresnamurti Rivai , S.T., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh *e-service quality* terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh *e-service quality* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai *intervening*, pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai *intervening*, pada pelanggan situs belanja *online*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner. Objek penelitian ini adalah 200 responden konsumen yang sudah pernah berbelanja pada situs belanja *online* Lazada minimal sekali dalam kurun waktu enam bulan terakhir dan berdomisili di wilayah Jabodetabek. Analisis data menggunakan SPSS versi 26 dan SEM (*Structural Equation Model*) dengan *software* Lisrel versi 8.8 untuk mengolah data dan menganalisis data hasil penelitian. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan pada hipotesis: H1) *E-service quality* terhadap kepuasan pelanggan., H2) Persepsi harga kepuasan pelanggan., H3) Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan., H6) *E-service quality* terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan pelanggan., H7) Persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Selain itu, terdapat hipotesis yang menunjukkan hasil yang tidak signifikan: H4) *E-service quality* terhadap loyalitas pelanggan., H5) Persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan.

kata kunci: *E-Service Quality*, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Situs Belanja Online

ABSTRACT

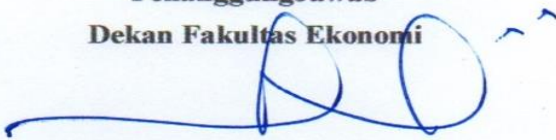
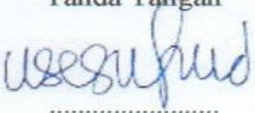


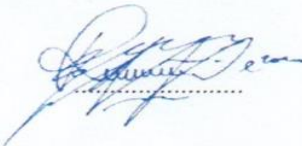

Olivia Citra Octaviani, 2021; The Effect of E-Service Quality and Perceived Price Fairness on Customer Loyalty mediated by Customer Satisfaction on Online Shopping Sites. Thesis, Jakarta: S1 Management Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta, Advisory Team: Dr. Mohamad Rizan, S.E, M.M. & Agung Kresnamurti Rivai, S.T., M.M.

This study aims to determine the effect of e-service quality on customer satisfaction, the effect of perceptions on customer satisfaction, the effect of customer satisfaction on customer loyalty, the effect of e-service quality on customer loyalty, the influence of perceptions on customer loyalty, the effect of e-service quality on customer loyalty. through customer satisfaction as an intervention, the effect of perceived price fairness on customer loyalty through customer satisfaction as an intervention, on online shopping sites. The data collection method used a survey method with the instrument in the form of a questionnaire. The object of this research is 200 consumer respondents who have shopped at the online shopping site Lazada at least once in the last six months and are domiciled in the Greater Jakarta area. Data analysis used SPSS version 26 and SEM (Structural Equation Model) with Lisrel software version 8.8 to process data and analyze research data. The test results show that there are positive and significant influence on the hypothesis: H1) E-service quality on customer satisfaction, H2) Perceived price fairness of customer satisfaction, H3) customer satisfaction on customer loyalty, H6) E-service quality on customer loyalty is mediated by customer satisfaction., H7) Perceived price fairness on customer loyalty is mediated by customer satisfaction. In addition, there are hypotheses that show insignificant results: H4) E-service quality on customer loyalty., H5) Perceived price fairness on customer loyalty.

Keywords: *E-Service Quality, Perceived Price Fairness, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Online Shopping Sites*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi			
			
Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd. NIP 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Usep Suhud, M.Si., Ph.D. NIP 197002122008121001 (Ketua)		06 Agustus 2021
2	Ika Febrilia, S.E., M.M. NIP 198702092015042001 (Sekretaris)		06 Agustus 2021
3	Rahmi, S.E., M.S.M. NIP 198305012018032001 (Penguji Ahli)		09 Agustus 2021
4	Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. NIP 197206272006041001 (Pembimbing 1)		09 Agustus 2021
5	Agung Kresnamurti Rivai, S.T., M.M. NIP 197404162006041001 (Pembimbing 2)		09 Agustus 2021
Nama : Olivia Citra Octaviani No. Registrasi : 1705617007 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus : 03 Agustus 2021			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan pada daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakberatan, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Depok, 05 Februari 2021

Yang Membuat Pernyataan



Olivia Citra Octaviani

1705617007

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN
KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung R, Jalan Rawamangun Muka,
Jakarta 13220 Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id
Laman www.fe.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Olivia Citra Octaviani
NIM : 1705617007
Fakultas/Prodi : Ekonomi/S1 Manajemen
Alamat Email : oliviacitraoctaviani@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-Lain (.....)

Yang berjudul:

Pengaruh E-Service Quality dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan Pada Situs Belanja Online

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya, dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Agustus 2021
(Penulis)



Olivia Citra Octaviani

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman. Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti mendapatkan dukungan dari berbagai pihak.

Ungkapan terimakasih peneliti tunjukan kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I.
2. Agung Kresnamurti Rivai P., S.T., M.M., Selaku Dosen Pembimbing II.
3. Dr. Suherman, M.Si., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Para dosen dan seluruh karyawan Fakultas Ekonomi Negeri Jakarta yang telah banyak memberikan banyak bantuan selama perkuliahan.
6. Orang tua Bapak Muhammad Indrawan dan Ibu Ida Farida yang telah memberikan doa yang tidak terputus, motivasi, semangat dan bantuan baik secara moril maupun materil penulis di setiap langkahnya.
7. Atha Musyari Teqi yang selalu memberikan dukungan motivasi serta doa dalam memperoleh gelar sarjana ini.
8. Teman-teman seperjuangan kelas Manajemen C 2017 yang senantiasa bersama dari awal semester melewati suka dan duka untuk berjuang bersama selama perkuliahan dan skripsi di masa pandemi Covid-19.
9. Rekan-rekan lain yang tidak dapat peneliti sebut satu persatu yang telah banyak membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan untuk itu penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini.

Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih.

Depok, 5 Februari 2021

Penulis



DAFTAR ISI

JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	1
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	14
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Latar Belakang Teori.....	17
2.1.1 Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>).....	19
2.1.2 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>).....	23
2.1.3 <i>E-service Quality</i> (Kualitas Layanan Elektronik).....	26
2.1.4 Persepsi Harga (<i>Perceived Price</i>).....	29
2.2 Kerangka Teori dan Hipotesis.....	29
2.2.1 Kerangka Teori.....	41
2.2.2 Kerangka Hipotesis.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	46
3.2 Desain Penelitian.....	46
3.3 Populasi dan Sampel.....	46
3.3.1 Populasi.....	47
3.3.2 Sampel.....	48
3.4 Pengembangan Instrumen.....	48
3.4.1 Variabel Penelitian.....	49
3.4.2 Definisi Operasional.....	52
3.4.3 Skala Pengukuran.....	53
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6 Teknik Analisis Data.....	54
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	54
3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
3.6.3 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	56
3.6.4 Uji Kesesuaian Model.....	59
3.6.5 Pengujian Hipotesis.....	59
3.6.6 Model SEM.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	

4.1 Hasil.....	61
4.2 Pembahasan.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Implikasi	88
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	93
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	108
RIWAYAT HIDUP.....	127



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian.....	108
2.	<i>Output</i> Validitas.....	114
3.	Hasil Uji Validitas Keseluruhan.....	119
4.	<i>Output</i> Reliabilitas.....	120
5.	<i>Output Goodness of Fit</i>	121
6.	<i>Output</i> Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	125
7.	<i>Standardized Total effect</i>	126



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Peringkat Pengguna Internet Tertinggi pada 20 Negara di Dunia.....	1
Gambar 1.2	Perkembangan Kasus Positif Covid-19 Mingguan...	2
Gambar 1.3	Negara dengan Perkembangan <i>E-Commerce</i> Tercepat	3
Gambar 1.4	Tampilan <i>Website E-Commerce</i> Lazada.....	4
Gambar 1.5	Ulasan Negatif Pelanggan terhadap Lazada.....	6
Gambar 1.6	Permasalahan terkait Kepuasan Pelanggan Lazada..	7
Gambar 1.7	Faktor Pendorong untuk Berbelanja <i>online</i>	12
Gambar 1.8	Keluhan Pelanggan terkait Harga Diskon Lazada dianggap Tidak Masuk di Akal.....	12
Gambar 2.1	Model Kepuasan Konfirmasi atau Diskonfirmasi Harapan.....	20
Gambar 2.2	Kerangka Hipotesis.....	43
Gambar 3.1	Ukuran kesesuaian dalam model SEM.....	57
Gambar 3.2	Permodelan SEM.....	60
Gambar 4.1	Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Service Quality</i>	74
Gambar 4.2	Model <i>First Order Construct</i> Variabel Persepsi Harga.....	75
Gambar 4.3	Model <i>First Order Construct</i> Variabel Kepuasan Pelanggan.....	76
Gambar 4.4	Model <i>First Order Construct</i> Variabel Loyalitas Pelanggan.....	77
Gambar 4.5	Full Model SEM.....	78
Gambar 4.6	<i>T-Values</i> SEM.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Data Total yang Mengakses Situs Jual Beli <i>Online</i> di Indonesia pada 2017-2020.....	5
Tabel 2.1	Hipotesis Penelitian	44
Tabel 3.1	Indikator untuk mengukur <i>E-Service Quality</i>	50
Tabel 3.2	Indikator untuk mengukur Persepsi Harga.....	50
Tabel 3.3	Indikator untuk mengukur Kepuasan Pelanggan.....	51
Tabel 3.4	Indikator untuk mengukur Loyalitas Pelanggan.....	52
Tabel 3.5	Pengukuran skala <i>likert</i>	53
Tabel 3.6	<i>Goodness of Fix Index</i>	59
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...	62
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	62
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal.....	63
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	64
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pemasukan per bulan.....	64
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per bulan.....	65
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas.....	66
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.10	Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Service Quality</i> ...	68
Tabel 4.11	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	70
Tabel 4.12	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	71
Tabel 4.13	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.	73
Tabel 4.14	Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Service Quality</i>	74
Tabel 4.15	Model <i>First Order Construct</i> Variabel Persepsi Harga.	75
Tabel 4.16	Model <i>First Order Construct</i> Variabel Kepuasan Pelanggan.....	76
Tabel 4.17	Model <i>First Order Construct</i> Variabel Loyalitas Pelanggan.....	77
Tabel 4.18	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	79
Tabel 4.19	Model Persamaan Struktural.....	81