

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN ONLINE (*E-SERVICE QUALITY*)
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK FASHION PADA

MARKETPLACE



Disusun Oleh :

Seliana Pratiwi

5525160911

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA BUSANA

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Online (*E-Service Quality*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion Pada *Marketplace*
Penyusun : Seliana Pratiwi
NIM : 5525160911
Tanggal Ujian : 28 Juli 2021

Disetujui Oleh :

Pembimbing I,



Dra. Suryawati, M.Si

NIP. 196404241988112001

Pembimbing II,



Esty Nurbaiti Arrsy, S.Pd., M.Km.

NIP. 197409281999032001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Busana



Dr. Wesnina, M.Sn

NIP. 196310291988032001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Online (*E-Service Quality*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk *Fashion* Pada *Marketplace*

Penyusun : Seliana Pratiwi

NIM : 5525160911

Disetujui Oleh :

Pembimbing I,



Dra. Suryawati, M.Si

NIP. 1196404241988112001

Pembimbing II,

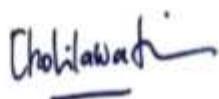


Esty Nurbaiti Arrsy, S.Pd., M.Km.

NIP. 197409281999032001

Pengesahan Panitia Ujian Skripsi

Ketua Penguji,



Dr.Cholilawati, S.Pd, MPd

Anggota penguji I,



Dr. Dewi Sulyanthini, A.T.,M.M

Anggota Penguji II,



Dra.Eneng Lutfia Zahra, M.Pd

NIP. 197609052008122001 NIP. 197110301999032002 NIP. 196403251989032003

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Busana



Dr.Wesnina,M.Sn

NIP. 196310291988032001

LEMBAR PERNYATAAN

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 dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka Saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telat diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Seliana Pratiwi

NIM. 5525160911



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN
Jalan Rawamangun Muka Jakarta
13220 Telepon/Faksimili:
021-4894221 Laman: lib.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 : Seliana Pratiwi
NIM : 5525160911
Fakultas/Prodi : Teknik/Pendidikan Tata Busana
Alamat email : selianapratiwi4@gmail.com

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

<input checked="" type="checkbox"/> Skripsi	<input type="checkbox"/> Tesis	<input type="checkbox"/> Disertasi	<input type="checkbox"/> Lain-Lain (.....)
---	--------------------------------	------------------------------------	--

yang berjudul : Pengaruh Kualitas Layanan Online (*E-Service Quality*) Terhadap Loyalitas
Pelanggan Produk *Fashion* Pada *Marketplace*

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif 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, 26 Agustus 2021

(Seliana Pratiwi)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan, rahmat serta hidayah-Nya sehingga dapat melaksanakan dan menyelesaikan Skripsi yang berjudul pengaruh kualitas layanan online (*e-service quality*) terhadap loyalitas pelanggan produk *fashion* pada *marketplace*. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Progam Studi Pendidikan Tata Busana, Jurusan Ilmu Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta. Penulis menyadari tanpa adanya bimbingan dari berbagai pihak, Tugas Akhir Skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik dan benar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Uswatun Hasanah, M. Si., selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta
2. Dr. Wesnina, M.Sn., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Busana, Jurusan Ilmu Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Suryawati, M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kesabaran serta meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, dorongan, motivasi, saran dan ilmu pengetahuan kepada penulis.
4. Ernita Maulida, S.E., ME, Ph.D selaku dosen pembimbing 2 yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kesabaran serta meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, dorongan, motivasi, saran dan ilmu pengetahuan kepada penulis.
5. Esty Nurbaiti Arrsyi, S.Pd., M.KM. selaku dosen pengganti pembimbing 2 yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kesabaran serta meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, dorongan, motivasi, saran dan ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Seluruh Dosen dan Tata Usaha di Progam Studi Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.

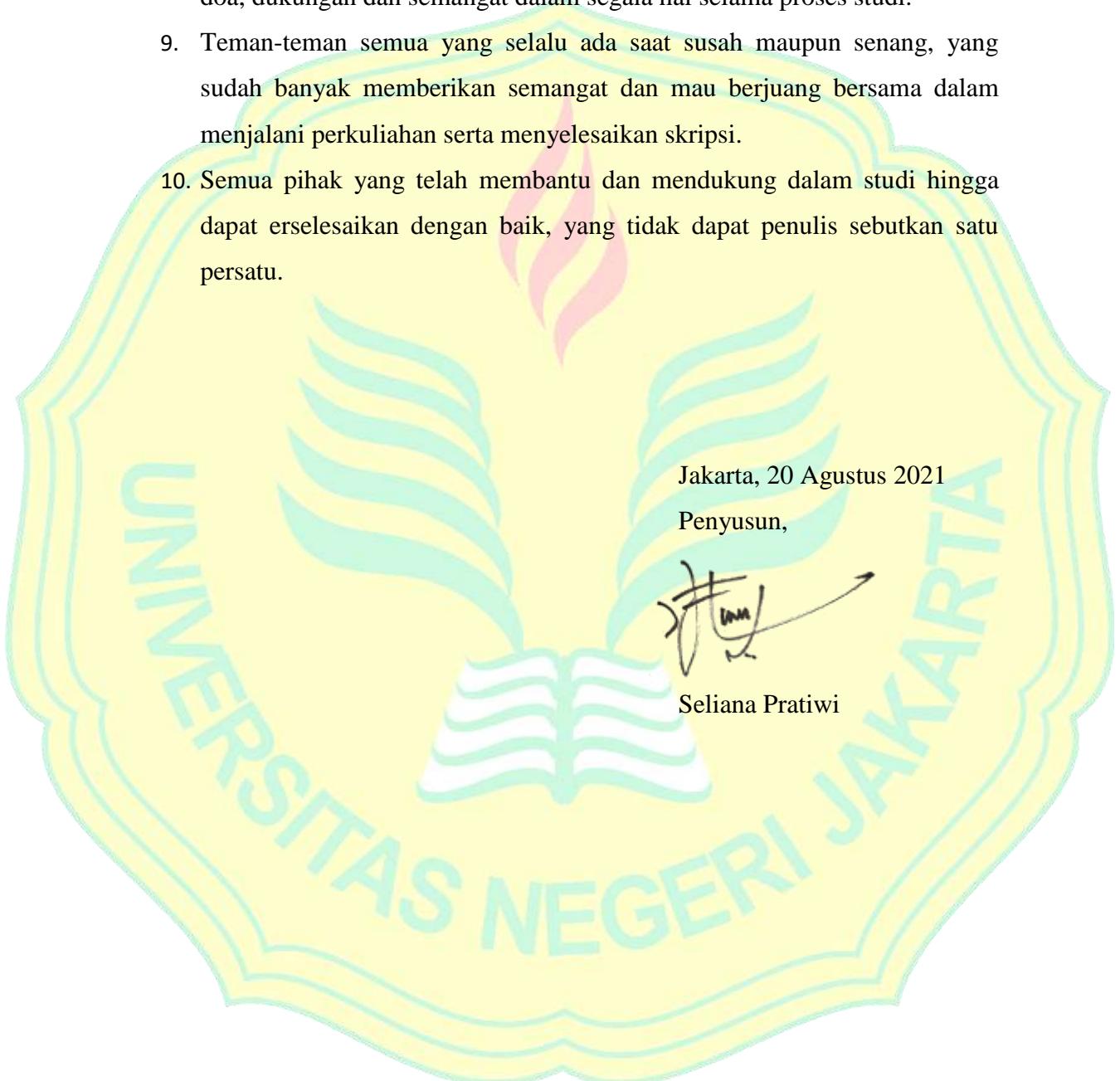
7. Bapak dan Ibu yang tidak pernah berhenti memberikan doa, dukungan dan semangat dalam segala hal selama proses studi, terimakasih banyak untuk semua kasih sayang yang telah diberikan.
8. Kakak (mba Tika), dan keluarga yang tidak pernah berhenti memberikan doa, dukungan dan semangat dalam segala hal selama proses studi.
9. Teman-teman semua yang selalu ada saat susah maupun senang, yang sudah banyak memberikan semangat dan mau berjuang bersama dalam menjalani perkuliahan serta menyelesaikan skripsi.
10. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam studi hingga dapat terselesaikan dengan baik, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Jakarta, 20 Agustus 2021

Penyusun,



Seliana Pratiwi



ABSTRAK

Seliana Pratiwi. 5525160911. "Pengaruh Kualitas Layanan Online (*E-Service Quality*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk *Fashion* Pada *Marketplace*". Skripsi, Jakarta : Program Studi Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta, 2021.

Pesatnya perkembangan *marketplace* di Indonesia dapat membuat konsumen tidak loyal karena banyak pilihan situs begitu juga dengan kualitas layanan dari masing-masing marketplace. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi tentang kualitas layanan online dan loyalitas pelanggan pada penjualan produk *fashion online*, untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan online terhadap loyalitas pelanggan produk *fashion* pada *marketplace*.

Metode penelitian menggunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini berjumlah 110 responden. Metode analisis menggunakan Chi-Square. Indikator kualitas layanan online yang digunakan : efisiensi, reliabilitas, *fulfillment*, privasi, daya tanggap, *compensation*, dan *contact*. Indikator loyalitas pelanggan yang digunakan: *repurchase*, *purchases across product and service line*, *referral*, dan *retention*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada kualitas layanan online indikator yang memiliki pengaruh paling tinggi adalah indikator efisiensi dengan katagori kecenderungan yang baik sebanyak 99%. Indikator yang memiliki pengaruh paling rendah adalah indikator daya tanggap dengan katagori kecenderungan yang buruk sebanyak 18,2%. Pada loyalitas pelanggan Indikator yang memiliki pengaruh paling tinggi adalah indikator melakukan pembelian berulang (*repurchase*) dengan kecenderungan tinggi sebanyak 100%. Hasil analisis data menunjukkan value $0,032 < 0,05$. Oleh karena itu, semakin baik kualitas layanan online yang dilakukan maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan, dimana setiap perubahan kualitas layanan online mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 2.493.

Kata Kunci : E-servqual, Costumer Loyalty, Loyalitas

ABSTRAC

Seliana Pratiwi. 5525160911. "The Effects of the E-service Quality On Costumer Loyalty of Fashion Products On Marketplace". Thesis, Jakarta: Fashion Design Education Program, Faculty of Engineering, State University of Jakarta, 2021.

The rapid development of marketplaces in Indonesia can make consumers disloyal because many choices of sites as well as the quality of service from each marketplace. Therefore, this research aims to obtain information about the quality of online services and customer loyalty on the sale of online fashion products, to find out the influence of online service quality on the loyalty of fashion product customers on the marketplace.

Research method using survey method with quantitative approach. The sample of this study amounted to 110 respondents. Analysis method using Chi-Square. Online service quality indicators used: efficiency, reliability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, and contact. Customer loyalty indicators used: repurchase, purchases across product and service line, referral, and retention.

The results of this study showed that the quality of online services indicators that have the highest influence are efficiency indicators with a good trend category of 99%. The indicator that has the lowest influence is the responsiveness indicator with a bad trend category of 18.2%. On customer loyalty The indicator that has the highest influence is the indicator of making repeated purchases (repurchase) with a high trend of 100%. The data analysis showed a value of $0.032 < 0.05$. The better the quality of online services performed, the higher the level of customer loyalty, where each change in the quality of online services affects customer loyalty by 2,493.

Keywords : E-servqual, Costumer Loyalty, Loyalty

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRAC	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Perumusan Masalah.....	9
1.5 Kegunaan Hasil Penelitian	10
BAB II	11
KAJIAN TEORETIK	11
2.1 Deskripsi Konseptual	11
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	11
2.1.2 Kualitas Layanan Online (<i>E-service Quality</i>).....	14
2.1.3 Produk Fasion/Busana.....	18

2.1.4	<i>E-Commerce</i>	20
2.1.5	Pasar Online (<i>Marketplace</i>)	21
2.2	Hasil Penelitian yang Relevan	23
2.3	Kerangka Teoritik	24
2.4	Hipotesis Penelitian	26
BAB III	27
METODE PENELITIAN		27
3.1	Tujuan Penelitian	27
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.3	Metode Penelitian	27
3.4	Populasi dan Sampel	28
3.4.1	Populasi	28
3.4.2	Sampel.....	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data	30
3.5.1	Instrumen Variabel Loyalitas Pelanggan	30
3.5.2	Instrumen Variabel Kualitas Layanan Online/ <i>E-service Quality</i>	36
3.6	Teknik Analisis Data	43
3.7	Hipotesis Statistika	43
BAB IV	44
PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Deskripsi Data	44
4.1.1	Karakteristik Responden.....	45

4.2 Hasil Pengujian Prasyarat Analisis	47
4.2.1 Uji Validitas	47
4.2.2 Uji Reliabilitas	50
4.3 Data Hasil Penelitian.....	51
4.3.1 Data Hasil Penelitian Kualitas Layanan Online/E-service Quality (X)	51
4.3.2 Data Hasil Penelitian Loyalitas Pelanggan (Y).....	63
4.4 Pengujian Analisis Data	70
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	72
4.6 Keterbatasan Penelitian.....	76
BAB V.....	77
KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Implikasi.....	78
5.3 Saran.....	78
Daftar Pustaka.....	79
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1.Kisi-kisi Instrument Variabel Loyalitas Pelanggan	32
Tabel 3. 2.Tabel Skoring	33
Tabel 3. 3. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	35
Tabel 3. 4.Nilai Cronbach's Alpha	36
Tabel 3. 5.Kisi-kisi instrument variabel Kualitas Layanan Online/E-service Quality.....	38
Tabel 3. 6.Tabel Skoring	40
Tabel 3. 7. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan Online	41
Tabel 3. 8.Nilai Cronbach's Alpha	42
Tabel 4. 1 Data Responden.....	45
Tabel 4. 2.Data Karakteristik Responden Berdasar Usia	46
Tabel 4. 3.Data Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 4.Data Pembelian Responden	47
Tabel 4. 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan Online	48
Tabel 4. 5. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	49
Tabel 4. 7.Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan Online	50
Tabel 4. 8.Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	50
Tabel 4. 9.Indikator Efisiensi	51
Tabel 4. 10.Indikator Reliabilitas.....	52
Tabel 4. 11.Indikator fulfillment	54
Tabel 4. 12.Indikator Privasi	55
Tabel 4. 13.Indikator Daya Tanggap.....	57
Tabel 4. 14.Indikator Compensation	58
Tabel 4. 15.Indikator Contact.....	60
Tabel 4. 16.Data Variabel Kualitas Layanan Online	61
Tabel 4. 17.indikator melakukan pembelian berulang (repurchase)	63
Tabel 4. 18.indikator membeli antar lini produk atau jasa (purchases across product and service line)	64
Tabel 4. 19.indikator mereferensikan kepada orang lain (referral).....	66

Tabel 4. 20.indikator menunjukan kekerabatan terhadap tarikan dari pesaing-pesaing.....	67
Tabel 4. 21.Data Veriabel Loyalitas Pelanggan.....	68
Tabel 4. 22.Hasil Uji Chi Square	70
Tabel 4. 23.Tabel Risk Estimate	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1.Sepuluh Negara dengan Pertumbuhan E-commerce Tercepat (Widowati, 2019)	2
Gambar 1. 2.Pengguna dan Tingkat Penetrasi (peningkatan penjualan) E-commerce di	3
Gambar 1. 3.Jumlah dan Nilai Transaksi Produk (Pusparisa, 2020)	4
Gambar 1. 4.Keluahan Tentang Pelayanannya Yang Kurang Memuaskan (Prayitno, 2019) dan.....	7
Gambar 2. 1.Produk fashion/Busana Mutlak.....	18
Gambar 2. 2.Produk Fashion Milineris	19
Gambar 2. 3.Produk Fashion Aksesoris	19
Gambar 2. 4.Marketplace Populer di Indonesia.....	22
Gambar 2. 5.Kerangka Teoritik	26
Gambar 4. 1.Grafik Efisiensi.....	51
Gambar 4. 2.Grafik Reliabilitas	53
Gambar 4. 3.Grafik fulfillment	54
Gambar 4. 4.Grafik Privasi	56
Gambar 4. 5.Grafik Daya Tanggap	57
Gambar 4. 6.Grafik Compensation	59
Gambar 4. 7.Grafik Contact	60
Gambar 4. 8.Grafik Data Variabel Kualitas Layanan Online	62
Gambar 4. 9.Grafik melakukan pembelian berulang (repurchase)	64
Gambar 4. 10.Grafik membeli antar lini produk atau jasa (purchases across product and service line)	65
Gambar 4. 11.Grafik mereferensikan kepada orang lain (referral)	66
Gambar 4. 12.Grafik menunjukkan kekerabatan terhadap tarikan dari pesaing-pesaing (retention).....	68
Gambar 4. 13.Grafik Data Variabel Loyalitas Pelanggan.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Pernyataan Uji Validitas Dosen Ahli	84
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	86
Lampiran 3. Intrumen Penelitian.....	94
Lampiran 4. Data Responden.....	100
Lampiran 5. Validitas dan Reliabilitas.....	102
Lampiran 6. r Tabel.....	111
Lampiran 7. Data Hasil Penelitian (Data Peritem Soal Variabel Terikat dan Variabel Bebas).....	112
Lampiran 8. Data Hasil Penelitian (Data Indikator Variabel Terikat dan Variabel Bebas).....	123
Lampiran 9. Data Hasil Penelitian (Data Variabel Terikat dan Variabel Bebas)	126
Lampiran 10. Pengujian Analisis Data (Hasil Uji Chi Square χ^2)	127

