

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *PRICE* TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION DALAM MEMBENTUK
*REPURCHASE INTENTION***

WIL GANIA NOPENITA

1705617011



**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

2022

***THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY AND PRICE ON
CUSTOMER SATISFACTION IN FORMING REPURCHASE
INTENTION***

WIL GANIA NOPENITA

1705617011



***Thesis is written as one of the requirements for getting Bachelor's of
Management on Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta***

BACHELOR MANAGEMENT STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

ABSTRAK

Wil Gania Nopenita, 2022. Pengaruh *E-Service Quality* dan *Price* terhadap *Customer Satisfaction* dalam Membentuk *Repurchase Intention*. Skripsi. Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dra. Basrah Saidani, M.Si dan Rahmi, S.E., M.S.M.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) pengaruh *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* 2) pengaruh *price* terhadap *customer satisfaction* 3) pengaruh *e-service quality* terhadap *repurchase intention* 4) pengaruh *price* terhadap *repurchase intention* dan 5) pengaruh *customer satisfaction* terhadap *repurchase intention*. Sampel penelitian ini adalah 200 responden yang merupakan konsumen J.CO yang sudah pernah membeli melalui *website delivery* di wilayah Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode SEM yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 25 dan AMOS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, 2) *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, 3) *e-service quality* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, 4) *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, dan 5) *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*.

Kata Kunci: *E-Service Quality, Price, Customer Satisfaction, Repurchase Intention, Website Delivery, J.CO, COVID-19.*

ABSTRACT

Wil Gania Nopenita, 2022. The Influence Of E-Service Quality And Price On Customer Satisfaction In Forming Repurchase Intention. Thesis, Jakarta: Study Program S1 Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisor Team: Dra. Basrah Saidani, M.Si and Rahmi, S.E., M.S.M.

The purpose of this study was to determine 1) the effect of e-service quality on customer satisfaction 2) the effect of price on customer satisfaction 3) the effect of e-service quality on repurchase intention 4) the effect of price on repurchase intention and 5) the effect of customer satisfaction on repurchase intention. The sample of this research is 200 respondents who are J.CO consumers who have purchased through a delivery website in the Greater Jakarta area. This research uses purposive sampling technique. The SEM method used in this study uses SPSS software version 25 and AMOS version 26. The results show that 1) e-service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, 2) price has a positive and significant effect on customer satisfaction, 3) e-service quality has no positive and significant effect on repurchase intention, 4) price has a positive and significant impact on customer satisfaction. significant effect on repurchase intention, and 5) customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intention.

Keywords: *E-Service Quality, Price, Customer Satisfaction, Repurchase Intention, Website Delivery, J.CO, COVID-19*

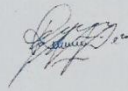

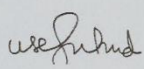
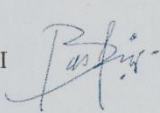

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd.
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E. M.M.</u> NIP. 197206272006041001	Ketua Penguji		10 Januari 2022
2.	<u>Ika Febrilia, SE, MM.</u> NIP. 19870209201542001	Penguji 1		18 Januari 2022
3.	<u>Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D.</u> NIP. 197002122008121001	Penguji 2		18 Januari 2022
4.	<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si.</u> NIP. 96301191992032001	Pembimbing I		30-11-2021
5.	<u>Rahmi, S.E., M.S.M.</u> NIP. 198305012018032001	Pembimbing II		01-12-2021

Nama : Wil Gania Nopenita
No. Registrasi : 1705617011
Program Studi : S1 Manajemen
Tanggal Lulus : 10 Januari 2022

PERNYATAAN ORISINILITAS

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun perguruan tinggi lain.

Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai bahan acuan dalam naskah dengan disebutkn nama pengarang dan dicantumkan di dalam daftar pustaka,

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya berani menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 14 Februari 2022

Yang Membuat Pernyataan



(Wil Gania Nopenita)

No. Reg. 1705617011

LEMBAR PUBLIKASI



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 : Wil Gania Nopenita
NIM : 1705617011
Fakultas/Prodi : Ekonomi/S1 Manajemen
Alamat email : wilgania.nopnt@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 PRICE TERHADAP CUSTOMER

SATISFACTION DALAM MEMBENTUK REPURCHASE INTENTION

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, 31 Desember 2021



(Wil Gania Nopenita)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus sang Juruslamat manusia yang telah memberikan kasih karunia dan penyertaan-Nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *E-Service Quality* dan *Price* terhadap *Customer Satisfaction* dalam Membentuk *Repurchase Intention*. Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Selama proses penelitian hingga penulisan, Peneliti mendapatkan banyak dukungan dan kasih dari berbagai pihak yang memotivasi Peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Maka pada kesempatan ini, Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Basrah Saidani, M.Si. dan Rahmi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I dan II, atas waktu, saran dan bimbingan yang telah diberikan selama proses penulisan skripsi ini.
2. Dr. Suherman, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen.
3. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
4. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas dukungan dan bantuan yang telah diberikan selama perkuliahan.

5. Kedua orang tua tercinta, Bapa, Mama serta adik-adik yang amat Peneliti sayangi atas doa, dukungan penuh, kasih sayang dan perhatiannya selama proses penulisan skripsi ini.
6. Nico Pandy Martinus, S.M. yang selalu ada untuk mendukung, membantu dan mendoakan Peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Nurmila, Grace, Ayu, Inneke, Yuvela, Karin dan Merry dan seluruh rekan teman-teman seperjuangan S1 Manajemen 2017, terkhususnya kepada kelas C yang telah mengisi masa-masa perkuliahan dan selalu mendukung Peneliti dari awal perkuliahan sampai selesainya skripsi ini.
8. Kak Via, Kak Sania, Kak Gina, Bang Jefri dan kakak tingkat di Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan banyak bantuan dan semangat selama masa perkuliahan.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat Peneliti sebutkan satu persatu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa penelitian skripsi ini masih dapat lebih baik lagi. Maka dari itu, Peneliti mengharapkan saran dan kritikan yang mampu membangun. Peneliti berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membacanya.

Jakarta, Desember 2021


Wil Gania Nopenita

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN ORISINILITAS.....	vi
LEMBAR PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	11
2.1 Deskripsi Konseptual	11
2.1.1 <i>Repurchase Intention</i> (Niat Pembelian Ulang)	11
2.1.2 <i>Customer Satisfcation</i> (Kepuasan Pelanggan)	13
2.1.3 <i>E-Service Quality</i> (Kualitas Layanan Elektronik).....	15
2.1.4 <i>Price</i> (Harga).....	17
2.2 Kerangka Teori dan Hipotesis	18
2.2.1 <i>E-Service Quality</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	18

2.2.2	<i>Price dan Customer Satisfaction</i>	19
2.2.3	<i>E-Service Quality dan Repurchase Intention</i>	20
2.2.4	<i>Price dan Repurchase Intention</i>	21
2.2.5	<i>Customer Satisfaction dan Repurchase Intention</i>	22
2.3	Hipotesis	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		26
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	26
3.1.1	Waktu Penelitian	26
3.1.2	Tempat Penelitian	26
3.2	Desain Penelitian	26
3.3	Populasi dan Sampel	27
3.3.1	Populasi	27
3.3.2	Sampel	27
3.4	Teknik Pengumpulan Data	28
3.5	Operasionalisasi Variabel	28
3.6	Skala Pengukuran	31
3.7	Teknik Analisis Data	32
3.8	Uji Instrumen	32
3.8.1	Uji Validitas	32
3.8.2	Uji Reliabilitas	33
3.8.3	Uji Hipotesis	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Deskripsi Data	39
4.1.1	Analisis Deskriptif Karakteristik Jenis Kelamin Responden	39
4.1.2	Analisis Deskriptif Karakteristik Usia Responden	40

4.1.3 Analisis Deskriptif Karakteristik Domisili Responden	41
4.1.4 Analisis Deskriptif Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden.....	42
4.1.5 Analisis Deskriptif Karakteristik Pekerjaan Responden.....	43
4.2 Analisis Deskriptif.....	44
4.2.1 Analisis Deskriptif Data Variabel <i>E-Service Quality</i>	44
4.2.2 Analisis Deskriptif Data Variabel <i>Price</i>	47
4.2.3 Analisis Deskriptif Data Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	48
4.2.4 Analisis Deskriptif Data Variabel <i>Repurchase Intention</i>	49
4.3 Uji Validitas	51
4.3.1 <i>Exploratory Factor Analysis</i> (EFA)	51
4.3.2 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	56
4.4 Uji Reliabilitas.....	71
4.5 Uji Hipotesis.....	72
BAB V PENUTUP	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Implikasi	78
5.2.1 Implikasi Teoretis	78
5.2.2. Implikasi Praktis	79
5.3 Keterbatasan Penelitian	80
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN-LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Hipotesis Penelitian.....	25
Tabel III.1 Operasional Variabel.....	29
Tabel III.2 Kriteria Jawaban Skala Likert.....	32
Tabel III.3 <i>Goodness of Fit Indices</i>	37
Tabel IV.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	40
Tabel IV.2 Karakteristik Usia Responden.....	41
Tabel IV.3 Karakteristik Domisili Responden.....	42
Tabel IV.4 Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden.....	43
Tabel IV.5 Karakteristik Pekerjaan Responden.....	44
Tabel IV.6 Jumlah Skor Variabel <i>E-Service Quality</i>	45
Tabel IV.7 Jumlah Skor Variabel <i>Price</i>	47
Tabel IV.8 Jumlah Skor Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	48
Tabel IV.9 Jumlah Skor Variabel <i>Repurchase Intention</i>	50
Tabel IV.10 KMO dan <i>Bartlett's Test E-Service Quality</i>	51
Tabel IV.11 <i>Exploratory Factor E-Service Quality</i>	52
Tabel IV.12 KMO dan <i>Bartlett's Test Price</i>	52
Tabel IV.13 <i>Exploratory Factor Price</i>	53
Tabel IV.14 KMO dan <i>Bartlett's Test Customer Satisfaction</i>	53
Tabel IV.15 <i>Exploratory Factor Customer Satisfaction</i>	54
Tabel IV.16 KMO dan <i>Bartlett's Test Repurchase Intention</i>	55
Tabel IV.17 <i>Exploratory Factor Repurchase Intention</i>	55
Tabel IV.18 <i>Goodness of Fit E-Service Quality</i>	57
Tabel IV.19 <i>Goodness of Fit E-Service Quality</i> setelah Modifikasi.....	58
Tabel IV.20 <i>Goodness of Fit Price</i>	60
Tabel IV.21 <i>Goodness of Fit Price</i> setelah Modifikasi.....	61
Tabel IV.22 <i>Goodness of Fit Customer Satisfaction</i>	63
Tabel IV.23 <i>Goodness of Fit Customer Satisfaction</i>	64
Tabel IV.24 <i>Goodness of Fit Repurchase Intention</i>	66
Tabel IV.25 <i>Goodness of Fit Repurchase Intention</i> setelah Modifikasi.....	67

Tabel IV.26 <i>Goodness of Fit Full Model</i> Tabel.....	69
Tabel IV.27 <i>Goodness of Fit Full Model</i> setelah Modifikasi	70
Tabel IV.28 Hasil Uji Reliabilitas.....	72
Tabel IV.29 Hasil Uji Hipotesis.....	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Tanggapan Konsumen	3
Gambar I.2 Keluhan Konsumen mengenai <i>E-Service Quality</i>	5
Gambar I.3 Keluhan Konsumen mengenai Harga	7
Gambar II.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar III.1 Konstruk Awal Penelitian	38
Gambar IV.1 <i>First Order Construct E-Service Quality</i>	56
Gambar IV.2 <i>First Order Construct E-Service Quality</i> setelah Modifikasi	58
Gambar IV. 3 <i>First Order Construct Price</i>	59
Gambar IV.4 <i>First Order Construct Price</i> setelah Modifikasi	61
Gambar IV.5 <i>First Order Construct Customer Satisfaction</i>	62
Gambar IV.6 <i>First Order Construct Customer Satisfaction</i> setelah Modifikasi ..	64
Gambar IV.7 <i>First Order Construct Repurchase Intention</i>	65
Gambar IV.8 <i>First Order Construct Repurchase Intention</i> setelah Modifikasi ...	67
Gambar IV.9 <i>First Order Construct Full Model</i>	68
Gambar IV.10 <i>First Order Construct Full Model</i> setelah Modifikasi	70