

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (STUDI KASUS PADA PELANGGAN SHOPEE)**

**SURYA CHANDRA**

**1705618033**



*Mencerdaskan dan  
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**

**2022**

***THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY AND CUSTOMER EXPERIENCE ON REPURCHASE INTENTION WITH CUSTOMER SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLES (CASE STUDY ON SHOPEE CUSTOMERS)***

**SURYA CHANDRA**

**1705618033**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

*This Thesis is Written as One of The Requirements for Getting Bachelor's Degree of Management at The Faculty of Economics, State University of Jakarta*

***STUDY PROGRAM OF S1 MANAGEMENT***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2022***

## ABSTRAK

**Surya Chandra, 2022; Pengaruh *E-Service Quality* dan *Customer Experience* Terhadap *Repurchase Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Pelanggan Shopee). Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. & Shandy Aditya, BIB, MPBS.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh *e-service quality* terhadap *customer satisfaction*, pengaruh *customer experience* terhadap *customer satisfaction*, pengaruh *customer satisfaction* terhadap *repurchase intention*, pengaruh *e-service quality* terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel *intervening*, dan pengaruh *customer experience* terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel *intervening* pada pelanggan shopee. Metode dalam mengumpulkan data menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner. Objek dalam penelitian ini adalah 243 responden yang merupakan pelanggan Shopee berdomisili di DKI Jakarta dengan usia 17 tahun ke atas dan minimal melakukan tiga kali pembelian melalui aplikasi dalam tiga bulan terakhir. Analisis data menggunakan SPSS versi 25 dan SEM (*Structural Equation Model*) yang ada pada perangkat lunak LISREL versi 8.8 untuk mengolah dan menganalisis data penelitian. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa : (1) *e-service quality* berpengaruh terhadap *repurchase intention*; (2) *customer experience* berpengaruh terhadap *repurchase intention*; (3) *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *repurchase intention*; (4) *e-service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*; (5) *customer experience* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*; (6) *e-service quality* berpengaruh terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction*; (7) *customer experience* berpengaruh terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction*.

Kata Kunci : *E-Service Quality*, *Customer Experience*, *Repurchase Intention*, *Customer Satisfaction*, Shopee

## **ABSTRACT**


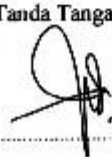




***Surya Chandra, 2022; Effect of E-Service Quality and Customer Experience on Repurchase Intention with Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Case Study on Shopee Customers). Thesis, Jakarta: Management S1 Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta, Advisory Team: Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. & Shandy Aditya, BIB, MPBS.***

*This study aims to identify the effect of e-service quality on customer satisfaction, the effect of customer experience on customer satisfaction, the effect of customer satisfaction on repurchase intention, the effect of e-service quality on repurchase intention through customer satisfaction as an intervening variable, and the influence of customer experience on repurchase intention through customer satisfaction as an intervening variable for shopee customers. The method of collecting data using a survey method with an instrument in the form of a questionnaire. The object of this research is 243 respondents who are Shopee customers domiciled in DKI Jakarta with the age of 17 years and over and have made at least three purchases through the application in the last three months. Data analysis used SPSS version 25 and SEM (Structural Equation Model) in LISREL version 8.8 software to process and analyze research data. The results of hypothesis testing show that: (1) e-service quality has an effect on repurchase intention; (2) customer experience has an effect on repurchase intention; (3) customer satisfaction has an effect on repurchase intention; (4) e-service quality has an effect on customer satisfaction; (5) customer experience has an effect on customer satisfaction; (6) e-service quality has an effect on repurchase intention through customer satisfaction; (7) customer experience has an effect on repurchase intention through customer satisfaction.*

***Keywords: E-Service Quality, Customer Experience, Repurchase Intention, Customer Satisfaction, Shopee***

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

## LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab			
Dekan Fakultas Ekonomi			
			
<b>Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd</b>			
NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D NIP. 197412212008121001 (Ketua Penguji)		16 Agustus 2022
2	Dr. Osly Usman, M.Bus, M.gt, Sys NIP. 197401152008011008 (Penguji 1)		15 Agustus 2022
3	Ika Febrilia, S.E., M.M NIP. 198702092015042001 (Penguji 2)		11 Agustus 2022
4	Prof. Dr. Mohammad Rizan, M.M NIP. 197206272006041001 (Pembimbing 1)		16 Agustus 2022
5	Shandy Aditya, BIB, MPBS NIP. 198404082019031003 (Pembimbing 2)		16 Agustus 2022
Nama	: Surya Chandra		
No. Registrasi	: 1705618033		
Program Studi	: S1 Manajemen		
Tanggal Lulus	: 5 Agustus 2022		

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah 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 di daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 21 Juli 2022  
Yang Membuat Pernyataan



Surya Chandra  
No. Reg. 1705618033

## SURAT PERNYATAAN 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 : Surya Chandra  
NIM : 1705618033  
Fakultas/Prodi : Ekonomi / S1 Manajemen  
Alamat email : suryachan79@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 Customer Experience Terhadap Repurchase Intention*

*Dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pelanggan Shopee)*

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, 28 Agustus 2022

Penulis



(Surya Chandra)

nama dan tanda tangan

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh *E-Service Quality* dan *Customer Experience* terhadap *Repurchase Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Pelanggan Shopee)”** dengan baik. Skripsi ini disusun dalam rangka untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, peneliti mengungkapkan terima kasih kepada pihak-pihak diantara lain:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan kemudahan dan kelancaran dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.
2. Kedua orang tua peneliti yang memberikan dukungan, doa, dan motivasi secara langsung maupun tidak langsung kepada peneliti.
3. Bapak Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Prof. Dr. Suherman, SE, M.Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Universitas Negeri Jakarta.



5. Bapak Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan serta arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Shandy Aditya, BIB, MPBS. selaku dosen pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan serta arahan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan pembelajaran dan bimbingan selama perkuliahan, serta staf Fakultas Ekonomi yang telah membantu dalam proses administrasi peneliti.

Peneliti menyadari skripsi ini masih terdapat kekurangan didalam penulisan. Oleh karena itu, peneliti memohon maaf bila terdapat banyak kekurangan serta kesalahan penulisan dalam skripsi ini. Peneliti juga menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.

Jakarta, 10 Maret 2022



Surya Chandra  
No. Reg. 1705618033

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
BAB II KAJIAN TEORITIK .....	12
2.1 Deskripsi Konseptual .....	12
2.1.1 <i>Repurchase Intention</i> .....	12
2.1.2 <i>E-Service Quality</i> .....	16
2.1.3 <i>Customer Experience</i> .....	21
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i> .....	28
2.2 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu .....	34
2.3 Kerangka Teoritik .....	40

2.4	Perumusan Hipotesis .....	40
2.4.1	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	40
2.4.2	Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> ....	41
2.4.3	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> ....	42
2.4.4	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	43
2.4.5	Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ....	44
2.4.6	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	45
2.4.7	Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		48
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian .....	48
3.2	Metode Penelitian .....	48
3.3	Populasi dan Sampel .....	49
3.3.1	Populasi.....	49
3.3.2	Sampel .....	50
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	52
3.5	Operasional Variabel Penelitian .....	53
3.5.1	Variabel Dependen .....	53
3.5.2	Variabel Independen .....	53
3.5.3	Variabel <i>Intervening</i> .....	53
3.6	Skala Pengukuran .....	57
3.7	Teknik Analisis Data .....	58
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	59
3.7.2	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	59

3.7.3	Uji Kesesuaian Model.....	60
3.7.4	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	62
3.7.5	Uji Hipotesis .....	63
3.7.6	Model SEM.....	64
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>		<b>65</b>
4.1	Deskripsi Data .....	65
4.2	Analisis Data .....	70
4.2.1	Analisis Deskriptif .....	70
4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	78
4.2.3	Uji Kesesuaian Model.....	80
4.2.4	<i>Full</i> Model SEM .....	85
4.2.5	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	86
4.2.6	Pengujian Hipotesis .....	88
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>93</b>
5.1	Kesimpulan.....	93
5.2	Implikasi.....	95
5.2.1	Implikasi Praktis .....	95
5.2.2	Implikasi Teoritis.....	96
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	97
5.4	Saran Penelitian.....	98
5.4.1	Saran Praktis .....	98
5.4.2	Saran Teoritis.....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>101</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>106</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Pemakai Internet Global.....	2
Gambar 1.2 Data Alasan Utama Menggunakan Internet di Dunia .....	3
Gambar 2.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> dan <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> sebagai Variabel <i>Intervening</i> .....	40
Gambar 3.1 Diagram <i>Conceptual Full Model</i> .....	64
Gambar 4.1 Model <i>First Order Construct E-Service Quality</i> .....	81
Gambar 4.2 Model <i>First Order Construct Customer Experience</i> .....	82
Gambar 4.3 Model <i>First Order Construct Repurchase Intention</i> .....	84
Gambar 4.4 Model <i>First Order Construct Customer Satisfaction</i> .....	85
Gambar 4.5 <i>Full Model SEM</i> .....	86
Gambar 4.6 <i>T-Values SEM</i> .....	91

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ulasan Negatif Konsumen Toko TAPAXCO Terhadap Layanan yang Diberikan.....	5
Tabel 2.1 Tabel <i>Review</i> Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	54
Tabel 3.2 Tabel Skala Pengukuran.....	58
Tabel 3.3 <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	62
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia .....	66
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Domisili .....	67
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	67
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	68
Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	68
Tabel 4.7 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir .....	69
Tabel 4.8 Data Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	70
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif <i>E-Service Quality</i> .....	71
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif <i>Customer Experience</i> .....	73
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif <i>Repurchase Intention</i> .....	75
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i> .....	77
Tabel 4.13 Uji Validitas .....	78
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas .....	80
Tabel 4.15 <i>First Order Construct E-Service Quality</i> .....	81

Tabel 4.16 <i>First Order Construct Customer Experience</i> .....	82
Tabel 4.17 <i>First Order Construct Repurchase Intention</i> .....	83
Tabel 4.18 <i>First Order Construct Customer Satisfaction</i> .....	85
Tabel 4.19 Hasil Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	88
Tabel 4.20 Model Persamaan Struktural .....	91



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	106
Lampiran 2 : Data Responden.....	114
Lampiran 3 : Hasil Output Uji Validitas ( <i>Pearson Correlation</i> ).....	116
Lampiran 4 : Hasil Output Uji Reliabilitas ( <i>Cronbach's Alpha</i> ).....	119
Lampiran 5 : Hasil Output Uji Kesesuaian Model <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) .....	120
Lampiran 6 : Hasil Output Uji Hipotesis .....	124
Lampiran 7 : Hasil Output Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	125
Lampiran 8 : Data LISREL.....	130
Lampiran 9 : Riwayat Hidup.....	136