

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE*  
TERHADAP *E-SATISFACTION* DAN *E-LOYALTY* PADA  
PENGGUNA TIKTOK SHOP**

**SALSABILA ANNISA RIYADI**

**1705618008**



**Skripsi ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

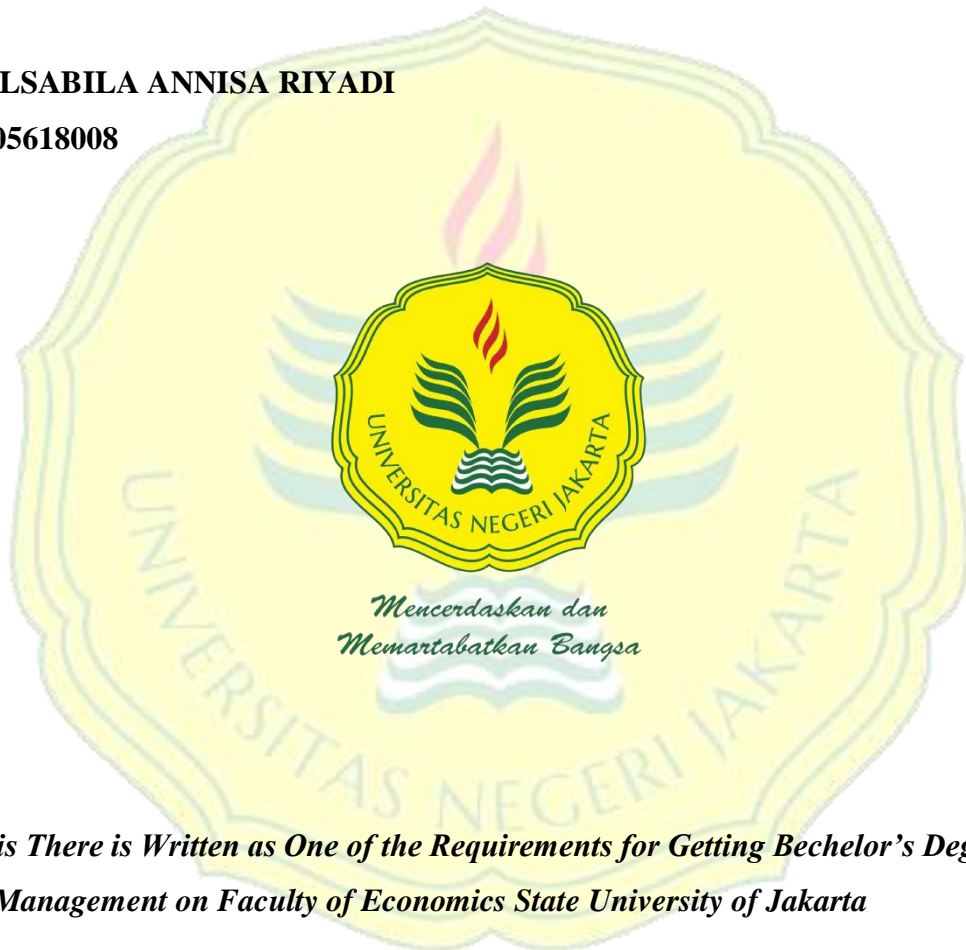
**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2022**

***THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY AND BRAND  
IMAGE ON E-SATISFACTION AND E-LOYALTY IN TIKTOK  
SHOP USERS***

**SALSABILA ANNISA RIYADI**

**1705618008**



***This There is Written as One of the Requirements for Getting Bachelor's Degree  
of Management on Faculty of Economics State University of Jakarta***

***Mencerdaskan dan***  
**BECHELOR DEGREE OF MANAGEMENT**  
***Memartabatkan Bangsa***  
**FACULTY OF ECONOMICS**  
**STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**  
**2022**

## ABSTRAK

**Salsabila Annisa Riyadi, 2022: Pengaruh *E-Service Quality*, dan *Brand Image* Terhadap *E-Satisfaction* dan *E-Loyalty* Pada Pengguna TikTok Shop. Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D & Dr. Osly Usman, M.Bus**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh positif *e-service quality* terhadap *e-satisfaction*, pengaruh positif *brand image* terhadap *e-satisfaction*, pengaruh positif *e-satisfaction* terhadap *e-loyalty*, pengaruh positif *e-service quality* terhadap *e-loyalty*, dan pengaruh positif *brand image* terhadap *e-loyalty* pada pengguna TikTok Shop. Peneliti menggunakan pengumpulan data dengan metode survey dengan menyebarkan instrument kuesioner. Objek penelitian ini adalah responden yang merupakan pengguna aplikasi TikTok Shop. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 243 responden yang telah memakai aplikasi TikTok Shop. Teknik analisis data yang digunakan peneliti dengan menggunakan SPSS versi 26 dan SEM dengan program AMOS versi 24. Hasil penelitian menyatakan bahwa *e-service quality*, *brand image* dan *e-satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty*. Begitu juga dengan *e-service quality* dan *brand image* yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty*.

**Kata Kunci: *E-Service Quality*, *Brand Image*, *E-Satisfaction*, *E-Loyalty***

*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

## ABSTRACT

***Salsabila Annisa Riyadi, 2022: The Effect of E-Service Quality, and Brand Image on E-Satisfaction and E-Loyalty on TikTok Shop Users. Thesis, Jakarta : Management S1 Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta, Advisory Team : Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D & Dr. Osly Usman, M. Bus***

*The aims of this study are to discuss the positive effect of e-service quality on e-satisfaction, the positive effect of brand image on e-satisfaction, the positive effect of e-satisfaction on e-loyalty, the positive effect of e-service quality on e-loyalty, and the positive influence of brand image on e-loyalty to TikTok Shop users. Researchers used data collection by survey method by distributing questionnaire instruments. The objects of this research are respondents who are users of the TikTok Shop application. The number of respondents in this study were 243 respondents who had used the TikTok Shop application. Data analysis techniques used by researchers using SPSS version 26 and SEM with the AMOS program version 24. The results of the study state that e-service quality, brand image and e-satisfaction have a positive and significant effect on e-loyalty. Likewise with e-service quality and brand image which have a positive and significant influence on e-loyalty..*


***Keywords: E-Service Quality, Brand Image, E-Satisfaction, E-Loyalty***






*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

## LEMBAR PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi

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

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M NIP. 197206272006041001 (Ketua Penguji)		29 Des 2022
2	Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D NIP. 19741202100812001 (Penguji 1)		29 Des 2022
3	Dewi Agustin Pratama, S.E., M.S.M NIP. 199308272020122024 (Penguji 2)		29 Des 2022
4	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		6 Jan 2023
5	Dr. Osly Usman, SE., M.Bus NIP. 197401152008011008 (Pembimbing 2)		6 Jan 2023

Nama : Salsabila Annisa Riyadi  
No. Registrasi : 1705618008  
Program Studi : S1 Manajemen  
Tanggal Lulus : 29 Desember 2022

## LEMBAR 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, 29 Desember 2022

Yang Membuat Pernyataan,



Salsabila Annisa Riyadi

No. Reg. 1705618008

*Memantabatkan Bangsa*

## LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://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 : Salsabila Annisa Riyadi  
NIM : 1705618008  
Fakultas/Prodi : S1 Manajemen  
Alamat email : salsabilaannisa41@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 BRAND IMAGE TERHADAP E-SATISFACTION DAN E-LOYALTY PADA PENGGUNA TIKTOK SHOP*

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, 26 Januari 2023

Penulis,

(Salsabila Annisa Riyadi)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas hadirat Allah SWT yang telah memberikan karunia-Nya atas terselenggarakannya karya Skripsi ini dengan judul “Pengaruh *E-Service Quality* dan *Brand Image* Terhadap *E-Satisfaction* dan *E-Loyalty* Pada Pengguna TikTok Shop”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Keterbatasan serta kemampuan penulis menyebabkan penulis sering mendapat kesulitan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan tanpa dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D., selaku Dosen Pembimbing Satu Skripsi.
2. Dr. Osly Usman, S.E., M. Bus., selaku Dosen Pembimbing Dua Skripsi.
3. Dr. Ari Saptono, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Orang tua saya, yang selalu memberikan semangat dan doa untuk mengerjakan Skripsi ini.
5. Para dosen S1 Manajemen yang telah mengajarkan saya banyak hal dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama saya berkuliah.
6. Sahabat saya, khususnya Richardo Adrianto Prakoso, Yessica Efhalin, dan Veny Rahmawati, yang selalu memberikan semangat dan menemani perjalanan hidup saya.
7. Teman-teman seperjuangan S1 Manajemen 2018, khususnya Anisya, Alyssa, Kevin, Sanique, Reza, Maharani, Herdian, dan Jamal, yang selalu mendukung saya dan menemani perjalanan saya dibangku perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kata sempurna, baik bentuk isi maupun teknik penyajian, oleh karena itu kritik yang sifatnya membangun dari



berbagai pihak penulis terima dengan terbuka. Semoga kehadiran skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan dorongan untuk melakukan penelitian yang lebih baik dalam pembelajaran Ekonomi di masa mendatang.

Jakarta, 29 Agustus 2022



Salsabila Annisa Riyadi



*Mencerdaskan dan  
Memantabatkan Bangsa*

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
KATA PENGANTAR .....	viii
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
LEMBAR ORISINALITAS.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Latar Belakang Teori.....	10
2.1.1 <i>Loyalty</i> .....	10
2.1.2 <i>E-loyalty</i> .....	11
2.1.3 <i>E-satisfaction</i> .....	13
2.1.4 <i>Brand Image</i> .....	16
2.1.5 <i>E-Service Quality</i> .....	19
2.2 Review Penelitian yang Relevan .....	22
2.3 Kerangka Teori dan Hipotesis .....	28
2.3.1 Pengaruh <i>e-service quality</i> terhadap <i>e-loyalty</i> .....	28
2.3.2 Pengaruh <i>e-service quality</i> terhadap <i>e-satisfaction</i> .....	30
2.3.3 Pengaruh <i>brand image</i> terhadap <i>e-loyalty</i> .....	31
2.3.4 Pengaruh <i>brand image</i> terhadap <i>e-satisfaction</i> .....	31
2.3.5 Pengaruh <i>e-satisfaction</i> terhadap <i>e-loyalty</i> .....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	35
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	35
3.1.1 Tempat Penelitian.....	35
3.1.2 Waktu Penelitian .....	35
3.2 Pendekatan Penelitian .....	35

3.3 Populasi dan Sampel .....	36
3.3.1 Populasi .....	36
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Penyusunan Instrumen .....	37
3.4.1 Variabel Penelitian .....	37
3.4.2 Variabel Operasional.....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	42
3.6.2 Uji Validitas .....	42
3.6.3 Uji Realibilitas .....	43
3.6.4 Uji Kesesuaian Model .....	43
3.6.4.1 Absolut Fit Measure .....	43
3.6.4.2 Incremental fit measure .....	44
3.6.5 Pengujian Hipotesis .....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
4.1 Deskripsi Profil Responden.....	46
4.2 Teknik Analisis Data.....	48
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	48
4.2.2 Uji Validitas .....	54
4.2.3 Uji Reliabilitas .....	58
4.2.4 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	59
4.2.5 Uji Kesesuaian Model .....	63
4.3 Uji Hipotesis .....	67
4.3.1 Berdasarkan Fit Model.....	67
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
5.1 Kesimpulan .....	70
5.2 Implikasi .....	71
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	71
5.2.2 Implikasi Praktis.....	71
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	74
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>81</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>120</b>