

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PRODUCT QUALITY*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION PADA PENGGUNA *E-COMMERCE* DI
JABODETABEK**

ROSA DELIA

1707618009



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana
Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION FOR E-COMMERCE USERS IN JABODETABEK

ROSA DELIA

1707618009



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

This thesis is prepared to fulfill the requirements to obtain a Bachelor of Education degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta.

BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2023

ABSTRAK

ROSA DELIA, Pengaruh *Service Quality* dan *Product Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Pengguna *E-Commerce* di Jabodetabek.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* dan *Product Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Pengguna *E-Commerce* di Jabodetabek. Survei penelitian dilakukan di Jabodetabek dengan menggunakan kuesioner daring dan melibatkan para pengguna yang sering berbelanja *online* di Shopee sebanyak lima kali selama tiga bulan terakhir. Sampel dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan 200 responden. Teknik analisis data menggunakan SPSS versi 26 dan *Structural Equation Model* (SEM) AMOS untuk mengelola dan menganalisis data hasil penelitian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ketujuh hipotesis diterima, H₁ – *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai C.R 3,302 > 1,98 dan P 0,000 < 0,05, H₂ – *Product Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai C.R 2,259 > 1,98 dan P 0,024 < 0,05, H₃ – *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* dengan nilai C.R 5,005 > 1,98 dan P 0,000 < 0,05, H₄ – *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* dengan nilai C.R 4,762 > 1,98 dan P 0,000 < 0,05, H₅ – *Product Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* dengan nilai C.R 6,007 > 1,98 dan P 0,000 < 0,05, H₆ – *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* dengan nilai *standardized indirect effect* sebesar 0,041 < 0,05 dan *standardized indirect effect two tailed significance* sebesar 0,012 < 0,05, dan H₇ – *Product Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* dengan nilai *standardized indirect effect* sebesar 0,039 < 0,05 dan *standardized indirect effect two tailed significance* sebesar 0,034 < 0,05.

Kata kunci: *Customer Loyalty*, *Customer Satisfaction*, *Product Quality*, dan *Service Quality*.

ABSTRACT

ROSA DELIA, *The Effect of Service Quality and Product Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction for E-Commerce Users in Jabodetabek.*

This study aims to determine the effect of Service Quality and Product Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction in E-Commerce Users in Jabodetabek. The research survey was conducted in Jabodetabek using an online questionnaire and involved users who often shop online at Shopee five times during the last three months. The sample was selected using purposive sampling technique with 200 respondents. The data analysis technique used SPSS version 26 and AMOS Structural Equation Model (SEM) to manage and analyze the research data. The results of this study indicate that all seven hypotheses are accepted, H1 - Service Quality has a significant effect on Customer Satisfaction with a C.R value of $3.302 > 1.98$ and $P 0.000 < 0.05$, H2 - Product Quality has a significant effect on Customer Satisfaction with a CR value $2.259 > 1.98$ and $P 0.024 < 0.05$, H3 - Customer Satisfaction has a significant effect on Customer Loyalty with a value of C.R $5.005 > 1.98$ and $P 0.000 < 0.05$, H4 - Service Quality has a significant effect on Customer Loyalty with a value of C. R $4.762 > 1.98$ and $P 0.000 < 0.05$, H5 - Product Quality has a significant effect on Customer Loyalty with a value of C.R $6,007 > 1.98$ and $P 0.000 < 0.05$, H6 - Service Quality has a significant effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction with a standardized indirect effect value of $0.041 < 0.05$ and a standardized indirect effect two tailed significance of $0.012 < 0.05$, and H7 - Product Quality has a significant effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction with a standardized indirect effect value of $0.039 < 0.05$ and a standardized indirect effect two tailed significance of $0.034 < 0.05$.

Keywords: *Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Product Quality, and Service Quality.*

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

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Rosa Delia
NIM : 1707618009
Fakultas/Prodi : S1 Pendidikan Bisnis
Alamat email : rosaadla02@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 *Service Quality* dan *Product Quality* terhadap *Customer Loyalty*
melalui *Customer Satisfaction* pada Pengguna *E-Commerce* di Jabodetabek

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 Februari 2023

Penulis

(Rosa Delia)

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rosa Delia

NIM : 1707618009

Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa proposal skripsi yang diajukan untuk memenuhi gelar akademik di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali yang tertulis menggunakan sitasi dalam dokumen ini dan disebutkan sumbernya secara lengkap dalam daftar pustaka. Namun, jika dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka Saya siap untuk menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 31 Januari 2023


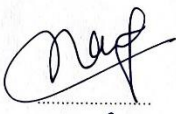


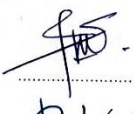

Penulis



Rosa Delia

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi  Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd. NIP. 199302202019032022 (Ketua Penguji)		21 Februari 2023
2	Ika Febrilia, SE, MM. NIP.198702092015042001 (Penguji 1)		15 Februari 2023
3	Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev. NIP 198507232010121002 (Penguji 2)		15 Februari 2023
4	Prof. Dr. Corry Yohana, MM. NIP. 19590918 1985032011 (Pembimbing 1)		20 Februari 2023
5	Rahmi, SE, M.S.M. NIP. 198305012018032001 (Pembimbing 2)		20 Februari 2023
Nama : Rosa Delia No. Registrasi : 1707618009 Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 10 Februari 2023			

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

F072020

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya. Saya persembahkan skripsi ini untuk orang tua Saya terutama Mama dan almarhum Bapak Saya yang menjadi motivasi terbesar untuk menyelesaikan skripsi. Semoga dengan selesainya skripsi ini menjadi sebuah kebahagiaan untuk Ibu Kurnengsih dan almarhum Bapak Ato Suranto. Skripsi ini juga Saya persembahkan kepada dosen pembimbing Saya yaitu Ibu Corry Yohana dan Ibu Rahmi yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada saya agar skripsi ini dapat selesai dan Saya dapat mengantungi gelar sarjana. Sahabat Saya yang bernama Putri dan Bunga, Saya persembahkan skripsi ini untuk dirimu karna telah menjadi teman baik dari awal perkuliahan hingga sampai saat ini, terima kasih atas suport yang diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini juga kupersembahkan untuk orang yang paling istimewa dalam hidupku yaitu Mumu Ahmad M, S.T. Terima kasih telah membuatku bahagia dan karna dukunganmu skripsi ini dapat selesai. Persembahan paling utama yaitu untuk diri Saya sendiri, terima kasih sudah berjuang dan bertahan hingga saat ini. Teruslah berjuang karna perjalanan hidup masih panjang.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur Bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul "Pengaruh *Service Quality* dan *Product Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Pengguna *E-Commerce* di Jabodetabek." guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta yang menjadi salah satu syarat kelulusan dalam perkuliahan.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini, Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan proposal skripsi ini tidak mungkin diselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Corry Yohana, MM. selaku dosen pembimbing I yang telah banyak berjasa dalam memberikan bimbingan, ilmu, saran dan motivasi dalam membimbing Penulis menyusun penulisan proposal skripsi ini.
2. Rahmi, S.E., M.S.M. sebagai dosen pembimbing II yang telah banyak berjasa dalam memberikan ilmu, arahan, saran dan dukungan dalam membimbing Penulis menyusun proposal skripsi ini.
3. Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing akademik sekaligus Koordinator yang telah membimbing dan mengarahkan Penulis selama perkuliahan.
4. Dr. Ari Saptono, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Kedua orang tua yang Penulis, yaitu Ibu Kurnengsih, Adik Peneliti yaitu M. Ryan yang selalu mendukung, menemani dan menyayangi Penulis dengan tulus, serta Alm. Bapak Ato Suranto yang telah memotivasi Penulis untuk terus semangat menjalani masa perkuliahan.

7. Mumu Ahmad M, S.T yang selalu mendukung, menemani dan menyayangi Penulis dengan tulus, serta telah memotivasi Penulis untuk terus semangat menjalani masa perkuliahan sampai berada hingga saat ini.
8. Putri, Bunga, dan seluruh teman-teman Pendidikan Bisnis 2018 yang telah membantu memberikan masukan dan saran sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
9. Masyarakat yang berdomisili di Jabodetabek yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa, dalam penyusunan proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna yang memiliki banyak kekurangan. Maka dari itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat Penulis harapkan dari banyak pihak. Semoga proposal skripsi ini dapat berguna dan memberikan manfaat yang berarti bagi Pembaca serta pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 31 Januari 2023

Rosa Delia

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Praktis.....	8
1.4.2 Teoritis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Teori Pendukung.....	10
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	10
2.1.2 <i>Service Quality</i>	12

2.1.3 <i>Product Quality</i>	14
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i>	15
2.2 Kerangka Teoritik dan Pengembangan Hipotesis	17
2.2.1 Pengembangan Hipotesis	17
A. <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	17
B. <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	18
C. <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	18
D. <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	19
E. <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	20
F. <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	21
G. <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.2.2 Kerangka Teoritik	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	24
3.1.1 Waktu Penelitian	24
3.1.2 Tempat Penelitian.....	24
3.2 Desain Penelitian	24
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.3.1 Populasi.....	25
3.3.2 Sampel.....	25
3.4 Pengembangan Instrumen.....	26
3.4.1 <i>Customer Loyalty</i>	27
a. Definisi Konseptual.....	27

b.	Definisi Operasional.....	27
c.	Kisi-kisi Instrumen.....	27
3.4.2	<i>Service Quality</i>	29
a.	Definisi Konseptual.....	29
b.	Definisi Operasional.....	29
c.	Kisi-kisi Instrumen.....	29
3.4.3	<i>Product Quality</i>	31
a.	Definisi Konseptual.....	31
b.	Definisi Operasional.....	31
c.	Kisi-kisi Instrumen.....	31
3.4.4	<i>Customer Satisfaction</i>	32
a.	Definisi Konseptual.....	32
b.	Definisi Operasional.....	32
c.	Kisi-kisi Instrumen.....	32
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6	Teknik Analisis Data.....	34
3.6.1	Uji Validitas.....	34
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	34
3.6.3	Uji Hipotesis.....	35
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1	Deskripsi Data.....	37
4.1.1	Profil Responden.....	37
4.1.2	Deskripsi Data.....	40
4.2	Hasil.....	43
4.2.1	Uji Validitas.....	43

4.2.2 Uji Reliabilitas	47
4.2.3 Uji Hipotesis	47
4.3 Pembahasan	50
4.3.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	50
4.3.2 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	50
4.3.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	51
4.3.4 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	51
4.3.5 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	52
4.3.6 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	53
4.3.7 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	53
BAB V PENUTUP.....	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Implikasi	56
5.2.1 Implikasi Teoritis	56
5.2.2 Implikasi Praktis	56
5.3 Keterbatasan Penelitian	57
5.4 Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Kisi-kisi Instrumen <i>Customer Loyalty</i>	27
Tabel III.2 Kisi-kisi Instrumen <i>Service Quality</i>	29
Tabel III.3 Kisi-kisi Instrumen <i>Product Quality</i>	31
Tabel III.4 Kisi-kisi Instrumen <i>Customer Satisfaction</i>	32
Tabel III.5 Skala Pengukuran <i>Likert Genap</i>	34
Tabel III.6 <i>Goodness of Fit Indices</i>	36
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	37
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel IV.4 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan	39
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	39
Tabel IV.6 Analisis Deskriptif <i>Customer Loyalty</i>	40
Tabel IV.7 Analisis Deskriptif <i>Service Quality</i>	41
Tabel IV.8 Analisis Deskriptif <i>Product Quality</i>	42
Tabel IV.9 Analisis Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	43
Tabel IV.10 Nilai <i>Factor Loading Customer Loyalty</i>	44
Tabel IV.11 Nilai <i>Factor Loading Service Quality</i>	45
Tabel IV.12 Nilai <i>Factor Loading Product Quality</i>	46
Tabel IV.13 Nilai <i>Factor Loading Customer Satisfaction</i>	46
Tabel IV.14 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	47
Tabel IV.15 Pengujian <i>Goodness of Fit</i>	48

Tabel IV.16 Hasil *Critical Rasio* (CR) 49

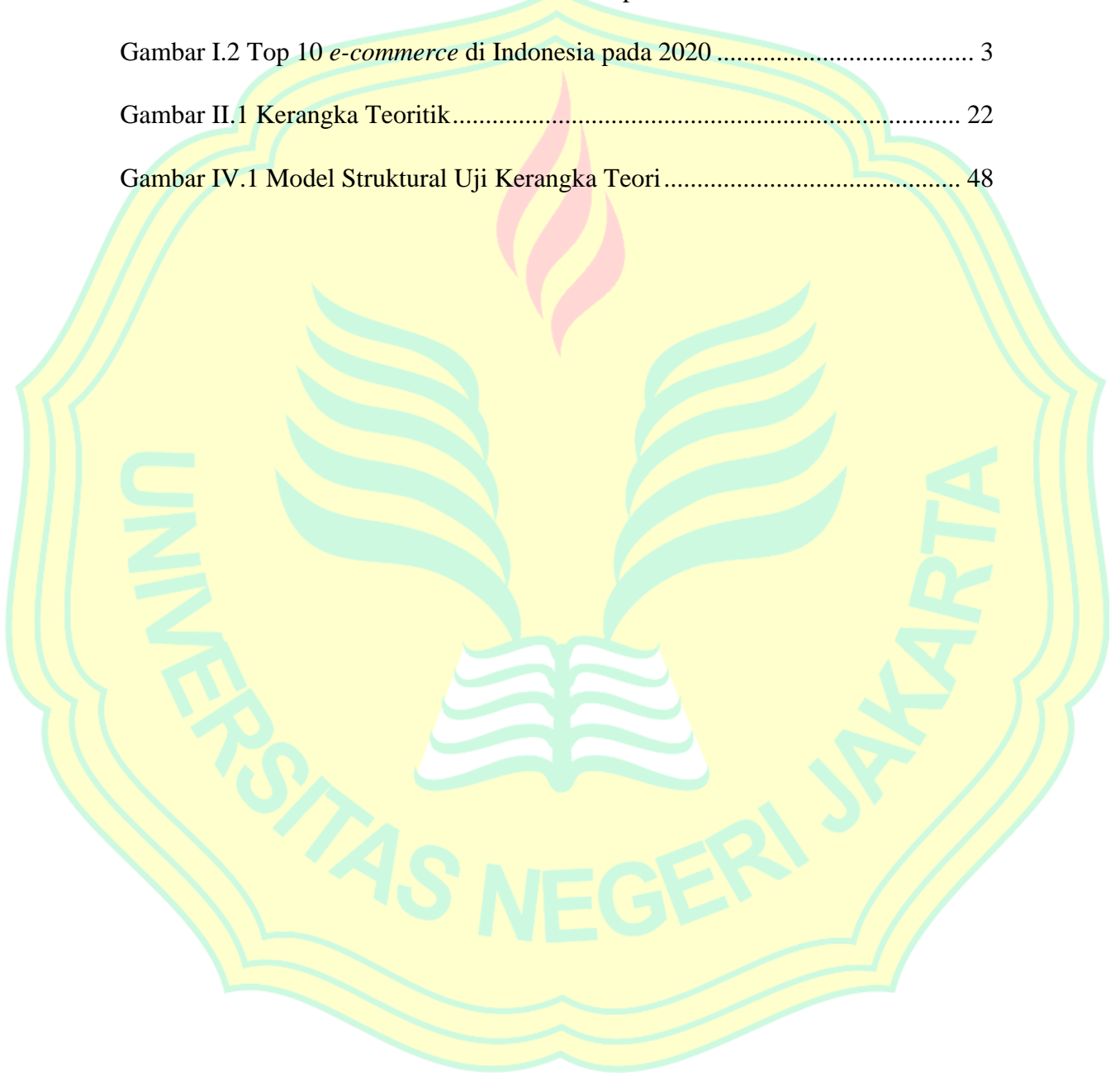
Tabel IV.17 *Standardized Indirect Effects* 49

Tabel IV.18 *Standardized Indirect Effects – Two Tailed Significance* 49



DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Aktivitas <i>e-commerce</i> di Indonesia pada Tahun 2019.....	2
Gambar I.2 Top 10 <i>e-commerce</i> di Indonesia pada 2020	3
Gambar II.1 Kerangka Teoritik.....	22
Gambar IV.1 Model Struktural Uji Kerangka Teori.....	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 2 Riwayat Hidup.....	75

