

**FAKTOR PENGARUH *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN  
*CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL  
*INTERVENING* PADA PENGGUNA *ONLINE FOOD* DI  
JAKARTA**

**Ridho Pratama Refdi**

**8215162949**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan  
Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri  
Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2023**

***FACTORS OF INFLUENCE OF CUSTOMER LOYALTY WITH  
CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING  
VARIABLE ON USERS OF ONLINE FOOD IN JAKARTA***

**Ridho Pratama Refdi**

**8215162949**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

*Thesis was written to comply one of the requirements to get a Bachelor'  
Degree of Management at the Faculty of Economics, State University of  
Jakarta*

***BACHELOR'S DEGREE OF MANAGEMENT***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2023***

## ABSTRAK

**Ridho Pratama Refdi, Faktor Pengaruh *Customer Loyalty* Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Pengguna Online Food Di Jakarta, Skripsi, Jakarta : Konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah Apakah *brand image*, *e-service quality*, berpengaruh terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel *intervening* pada pengguna *online food* di Jakarta. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 200 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner survei kepada 200 responden pelanggan yang pernah menggunakan jasa pemesanan makanan *online* Grab Food, Go-Food, atau Shopee Food minimal 3 kali, dengan lokasi pengambilan sampel di Jakarta. Pengolahan data dilakukan dengan metode SEM. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand image* dan *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. *Brand image* dan *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*. *Sustomer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*. *Brand image* mempengaruhi *customer loyalty* secara tidak langsung yang mana ini merupakan pengaruh adanya *customer satisfaction* sebagai variabel *intervening*. *E-service quality* mempengaruhi *customer loyalty* secara tidak langsung yang mana ini merupakan pengaruh adanya *customer satisfaction* sebagai variabel *intervening*.

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

## **ABSTRACT**

***Ridho Pratama Refdi, Influence Factors of Customer Loyalty and Customer Satisfaction as Intervening Variables for Online Food Users in Jakarta, Thesis, Jakarta: concentration in Human Resource Management, Bachelor of Management Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University.***

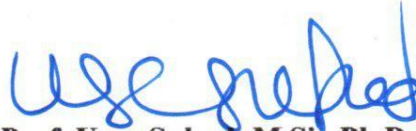
*The purpose of this study is to find out whether brand image, e-service quality, has an effect on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable for online food users in Jakarta. This study used a sample of 200 respondents. Data collection was carried out by distributing a questionnaire survey to 200 customer respondents who had used online food ordering services Grab Food, Go-Food, or Shopee Food at least 3 times, with sampling locations in Jakarta. Data processing was carried out using the SEM method. The results of this study indicate that brand image and e-service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction. Brand image and electronic service quality have a positive and significant effect on customer loyalty. Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty. Brand image affects customer loyalty indirectly which is the influence of customer satisfaction as an intervening variable. Electronic service quality affects customer loyalty indirectly which is the influence of customer satisfaction as an intervening variable.*

***Keywords:*** *Brand Image, Electronic Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction*


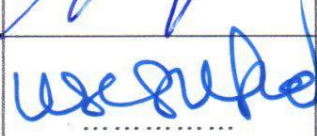

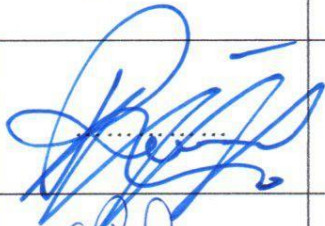
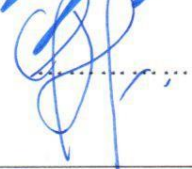
## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Plt. Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D  
NIP. 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Osly Usman, M.Bus NIP. 197401152008011008 (Ketua Sidang)		29 - 8 - 2023
2	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP. 197002122008121001 (Penguji 1)		28 - 8 - 2023
3	Rahmi, S.E., M.S.M. NIP. 198305012018032001 (Penguji 2)		29 - 8 - 2023
4	Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. NIP. 197206272006041001 (Pembimbing 1)		27 - 8 - 2023
5	Ika Febrilia, S.E, M.M. NIP. 198702092015042001 (Pembimbing 2)		28 - 8 - 2023
Nama : Ridho Pratama Refdi No. Registrasi : 8215162949 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus : 15 Agustus 2023			

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

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya adalah karya asli dan saya belum pernah mengajukan gelar akademik sarjana di Universitas Negeri Jakarta atau di Perguruan Tinggi lain manapun.
2. Skripsi ini belum pernah di publikasi, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yaitu mencabut gelar yang saya peroleh dan sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 29 Agustus 2023  
Yang Membuat Pernyataan



Ridho Pratama Refdi  
NIM.8215162949



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
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 : Ridho Pratama Refdi  
NIM : 8215162949  
Fakultas/Prodi : Ekonomi / S1 Manajemen  
Alamat email : ridhorefdi@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 :

Faktor Pengaruh Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Online Food Di Jakarta

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, 12 September 2023  
Penulis

( Ridho Pratama Refdi )

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji dan rasa syukur serta terima kasih yang mendalam, penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-nya yang telah memungkinkan peneliti menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Faktor Pengaruh Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Online Food Di Jakarta”* dengan tepat waktu. pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan bantuan, termasuk di antaranya kepada Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M sebagai pembimbing I dan Ika Febrilia, SE, M.M sebagai Pembimbing II.

Tidak terhingga rasa terima kasih kepada keluarga peneliti yang senantiasa memberikan dukungan dan doa tanpa henti, terutama kepada mama dan papa tercinta yang selalu memberikan dukungan baik secara moril dan materil. Peneliti juga ingin menyampaikan apresiasi yang tulus kepada teman-teman management angkatan 2016 atas semangat dan bantuan yang luar biasa selama proses penulisan hingga proses penyelesaian skripsi ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Peneliti mengakui masih terbatasnya kemampuan dan pengetahuan peneliti sehingga disadari bahwa penelitian ini masih memiliki potensi pengembangan lebih lanjut. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati menerima semua masukan dan kritik konstruktif dari para pembaca, Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan peneliti di masa mendatang.

Jakarta, 29 Agustus 2023

Ridho Pratama Refdi



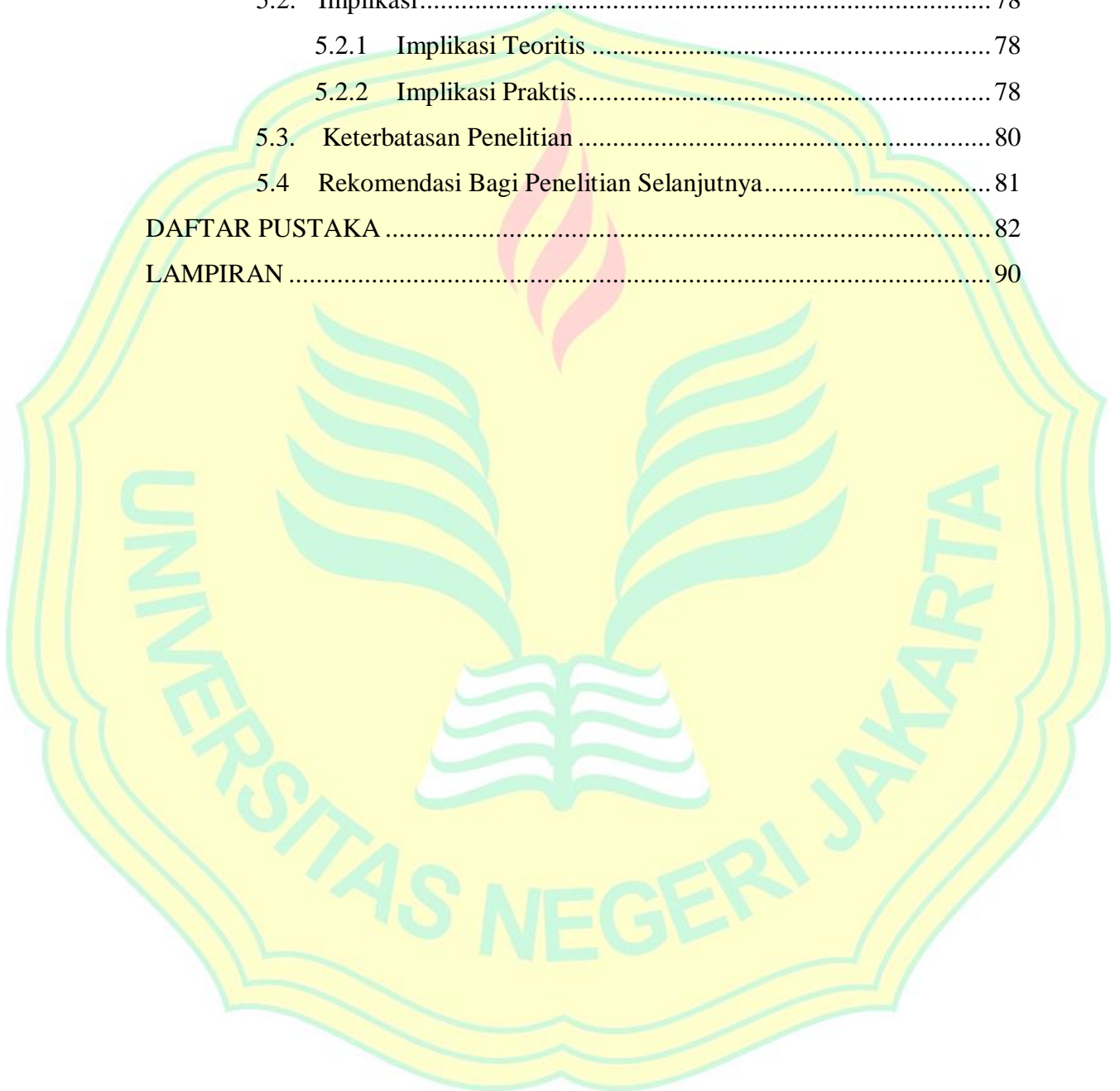
## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Kebaruan Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 Latar Belakang Teori.....	13
2.1.1 Customer Loyalty (Z).....	13
2.1.1.1 Pengertian <i>Customer Loyalty</i> .....	13
2.1.1.2 Dimensi <i>Customer Loyalty</i> .....	14
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i> (Y).....	17
2.1.2.2 Faktor Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> .....	18
2.1.2.3 Dimensi <i>Customer Satisfaction</i> .....	19
2.1.3 <i>Brand Image</i> (X1).....	20
2.1.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	20
2.1.3.2 Dimensi <i>Brand Image</i> .....	22

2.1.4	<i>E-Service Quality (X2)</i> .....	25
2.1.4.1	Pengertian <i>E-Service Quality</i> .....	25
2.1.4.2	Dimensi Dan Indikator <i>E-Service Quality</i> .....	26
2.2	Kerangka Teori .....	29
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>37</b>
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian .....	37
3.2	Pendekatan Penelitian .....	37
3.3.	Populasi dan Sampel .....	38
3.3.1	Populasi .....	38
3.3.2	Sampel .....	38
3.4	Penyusunan Instrumen .....	39
3.4.1	Variabel Penelitian .....	39
3.4.2	Definisi Operasional .....	40
3.4.3	Skala Pengukuran .....	46
3.5.	Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.6	Teknik Analisis Data .....	47
3.6.1	Analisis Deskriptif .....	48
3.6.2	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	48
3.6.3	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	49
3.6.4	Kesesuaian Model .....	49
3.6.5	Pengujian Hipotesis .....	51
3.6.6	Model SEM .....	52
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>54</b>
4.1	Deskripsi Data .....	54
4.1.1.	Karakteristik berdasarkan jenis kelamin .....	54
4.1.2.	Karakteristik berdasarkan Usia .....	55
4.1.3.	Karakteristik berdasarkan Pekerjaan .....	55
4.1.4.	Karakteristik berdasarkan Penghasilan .....	56
4.2.	Analisis Deskriptif .....	56
4.2.1.	Variabel <i>Brand Image (X1)</i> .....	56
4.2.2.	Variabel <i>E-service quality (X2)</i> .....	58

4.2.3. Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Y) .....	60
4.2.4. Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Z) .....	62
4.3. Uji Instrumen.....	63
4.3.1. Uji Validitas .....	63
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	64
4.4. Confirmatory Factor Analysis .....	65
4.4.1. Full Model SEM .....	65
4.5. Uji Hipotesis .....	67
4.6.1. Hasil Uji Hipotesis.....	70
4.7 Pembahasan .....	72
4.7.1 <i>Brand image</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i> pada Pengguna Grab Food, Go- Food, atau Shopee Food di Jakarta.....	72
4.7.2 <i>E-service quality</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i> pada Pengguna Grab Food, Go-Food, atau Shopee Food di Jakarta.....	73
4.7.3 <i>Brand image</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer loyalty</i> pada Pengguna Grab Food, Go-Food, atau Shopee Food di Jakarta.....	73
4.7.4 <i>E-service quality</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer loyalty</i> pada Pengguna Grab Food, Go- Food, atau Shopee Food di Jakarta.....	74
4.7.5 <i>Customer satisfaction</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer loyalty</i> pada Pengguna Grab Food, Go- Food, atau Shopee Food di Jakarta.....	74
4.7.6 <i>Brand image</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer loyalty</i> melalui <i>customer satisfaction</i> sebagai variabel <i>Intervening</i> pada pengguna Grab Food, Go-Food, atau Shopee Food di Jakarta.....	75
4.7.7. <i>E-service quality</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer loyalty</i> melalui <i>customer satisfaction</i>	

	sebagai variabel <i>Intervening</i> pada pengguna Grab Food, Go-Food, atau Shopee Food di Jakarta.....	75
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2.	Implikasi.....	78
5.2.1	Implikasi Teoritis .....	78
5.2.2	Implikasi Praktis.....	78
5.3.	Keterbatasan Penelitian .....	80
5.4	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	81
DAFTAR PUSTAKA	.....	82
LAMPIRAN	.....	90



## DAFTAR GAMBAR

<b>No. Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Hal</b>
Gambar 2.1	Kerangka Teori.....	35
Gambar 3.1	Pemodelan SEM.....	53
Gambar 4.1	Full Model SEM.....	66
Gambar 4.2	T-Value SEM.....	69



## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Hal
Tabel 1.1	Data Prasurvey Konsumen .....	6
Tabel 1.2	Kebaruan Penelitian .....	11
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel <i>Brand image</i> .....	41
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel <i>E-service quality</i> .....	42
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel <i>Customer loyalty</i> .....	44
Tabel 3.4	Operasionalisasi Variabel <i>Customer satisfaction</i> .....	45
Tabel 3.5	Skala Pengukuran <i>Likert</i> .....	47
Tabel 3.6	Skala Pengukuran Likert .....	51
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	55
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	55
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	56
Tabel 4.5	Nilai analisis deskriptif <i>variable brand image</i> .....	56
Tabel 4.6	Nilai analisis deskriptif <i>variable E-service quality</i> .....	58
Tabel 4.7	Nilai analisis deskriptif <i>variable Customer Satisfaction</i> .....	60
Tabel 4.8	Nilai analisis deskriptif <i>variable Customer Loyalty</i> .....	62
Tabel 4.9	Hasil Uji Validatas .....	63
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas .....	65
Tabel 4.11	Hasil Full Model SEM .....	66
Tabel 4.12	Hasil Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	67
Tabel 4.13	Hasil Uji Hipotesis .....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Hal
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian .....	91
Lampiran 2	Data Tabulasi .....	97

