

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI E-LOYALTY DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI INTERVENING PADA NASABAH LIVIN' BY MANDIRI

IKHSAN MAWARDI

1707619075



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING E-LOYALTY WITH E-SATISFACTION AS AN INTERVENTION FOR LIVIN' BY MANDIRI CUSTOMERS

IKHSAN MAWARDI

1707619075



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

This thesis was prepared to fulfill one of the requirements to obtain a Bachelor of Education Degree at Faculty of Economics, State University of Jakarta

STUDY PROGRAM BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2024

ABSTRAK

Ikhsan Mawardi. 1707619075. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi e-Loyalty dengan e-Satisfaction sebagai Intervening pada Nasabah Livin' by Mandiri. Skripsi, Jakarta: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. 2024.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality*, *e-trust*, dan *e-CRM* terhadap *e-loyalty* dengan *e-satisfaction* sebagai *intervening* bagi pelanggan Livin' by Mandiri. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan instrumen survei. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan *teknik non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*, dengan mengambil sampel sebanyak 204 responden yang berdomisili di Jakarta yang telah menggunakan Livin' by Mandiri minimal tiga kali dalam enam bulan terakhir dan mengalami kendala selama penggunaan. Kemudian jawaban responden diolah menggunakan metode *Structural Equation Modelling Partial Least Square (SEM-PLS)* menggunakan *software* SmartPLS 4.0. Dari pengujian hipotesis dalam penelitian ini, diperoleh hasil yang membuktikan 1) *e-service quality* berpengaruh terhadap *e-satisfaction*, 2) *e-trust* berpengaruh terhadap *e-satisfaction*, 3) *e-CRM* berpengaruh terhadap *e-satisfaction*, 4) *e-satisfaction* berpengaruh terhadap *e-loyalty*, 5) *e-service quality* berpengaruh terhadap *e-loyalty*, 6) *e-trust* berpengaruh terhadap *e-loyalty*, 7) *e-CRM* tidak berpengaruh terhadap *e-loyalty*, 8) *e-service quality* berpengaruh terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction*, 9) *e-trust* berpengaruh terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction*, dan 10) *e-CRM* berpengaruh terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction*.

Kata kunci: *e-service quality*, *e-trust*, *e-CRM*, *e-satisfaction*, *e-loyalty*, livin by mandiri

ABSTRACT







Ikhsan Mawardi. 1707619075. Analysis of Factors Affecting e-Loyalty with e-Satisfaction as an Intervention for Livin' by Mandiri Customers. Thesis, Jakarta: Business Education Study Program, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta. 2024.

This research was conducted to determine the influence of e-service quality, e-trust, and e-CRM on e-loyalty with e-satisfaction as an intervening for customer Livin' by Mandiri. This research uses quantitative methods with survey instruments. Data collection was carried out using a non-probability sampling technique, namely purposive sampling, by taking a sample of 204 respondents domiciled in Jakarta who had used Livin' by Mandiri at least three times in the last six months and had experienced problems during use. Then the respondents' answers were processed using the Structural Equation Modelling Partial Least Square (SEM-PLS) method using SmartPLS 4.0 software. From hypothesis testing in this research, results were obtained that prove 1) e-service quality has an effect on e-satisfaction, 2) e-trust has an effect on e-satisfaction, 3) e-CRM has an effect on e-satisfaction, 4) e-satisfaction has an effect on e-loyalty, 5) e-service quality has an effect on e-loyalty, 6) e-trust has an effect on e-loyalty, 7) e-CRM has no effect on e-loyalty, 8) e-service quality has an effect on e-loyalty through e-satisfaction, 9) e-trust influences e-loyalty through e-satisfaction, and 10) e-CRM influences e-loyalty through e-satisfaction.

Keywords: e-service quality, e-trust, e-CRM, e-satisfaction, e-loyalty, livin' by mandiri

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi  Prof. Usep Suhud, M. Si, Ph. D.^p NIP. 197002122008121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Nadya Fadillah F, S. Pd., M. Pd NIP. 199302202019032022 (Ketua Sidang)		24 Januari 2024
2	Daru Putri Kusumaningtyas, S. E., M. Han NIP. 199504122023212041 (Penguji 1)		25 Januari 2024
3	Rizka Zakiah, M.Pd NIP. 199401182023212040 (Penguji 2)		24 Januari 2024
4	Dr. Osly Usman, M. Bus NIP. 197401152008011008 (Pembimbing 1)		24 Januari 2024
5	Dr. Ayatulloh Michael Musyaffi, S.E., Ak., M. Ak NIP. 199102282020121010 (Pembimbing 2)		30 Januari 2024
Nama		: Ikhsan Mawardi	
No. Registrasi		: 1707619075	
Program Studi		: S1 Pendidikan Bisnis	
Tanggal Lulus		: 22 Januari 2024	

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

F072020

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah karya asli dan belum pernah digunakan untuk *mendapat gelar sarjana*, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 23 Januari 2024



Ikhsan Mawardi

SURAT PERNYATAAN 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 : Ikhsan Mawardi
NIM : 1707619075
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi / Pendidikan Bisnis
Alamat email : ikhsanmawardi45@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 :

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi *e-Loyalty* dengan *e-Satisfaction* sebagai *Intervening* pada Nasabah *Livin' by Mandiri*

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, 02 Februari 2024

Penulis

(Ikhsan Mawardi)

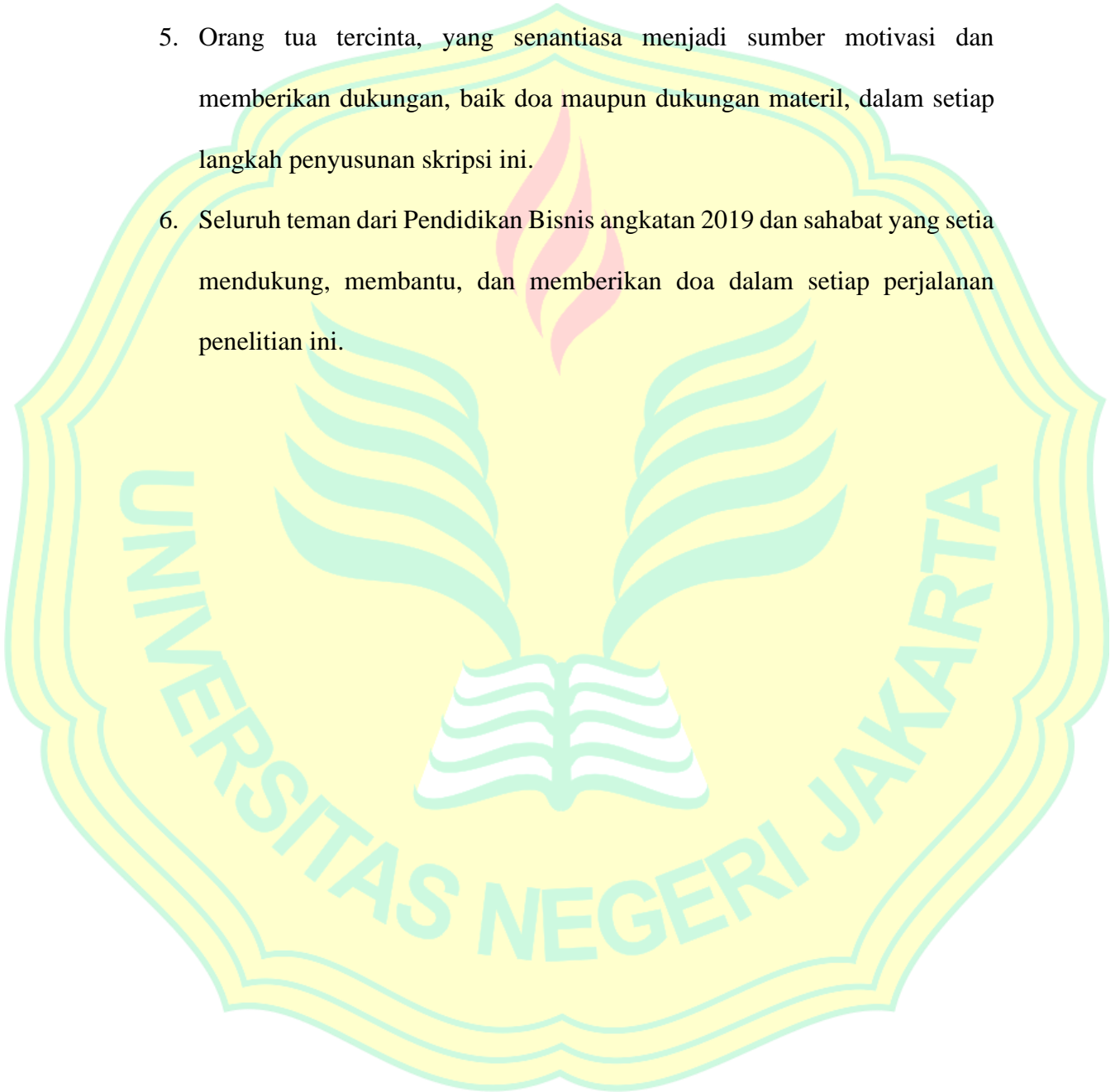
KATA PENGANTAR

Dengan kerendahan hati, peneliti ingin menyampaikan puji dan syukur kepada Sang Pencipta yang Maha Esa, Allaw SWT, yang dengan rahmat, taufik, hidayah, dan karunia-Nya, memandu langkah-langkah peneliti dalam menyelesaikan karya skripsi berjudul "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi *e-Loyalty* dengan *e-Satisfaction* sebagai *Intervening* pada Nasabah *Livin' by Mandiri*". Penelitian ini merupakan bagian dari perjalanan akademik menuju gelar sarjana pendidikan dalam program studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Selama proses perjalanan penelitian ini, setiap langkah penuh makna tidak terwujud tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah turut serta membantu peneliti. Oleh karena itu, dengan tulus dan rendah hati, peneliti ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D., yang dengan penuh dedikasi telah menjalankan tugas sebagai Dekan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd., yang dengan tanggung jawabnya sebagai Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis turut memberikan kontribusi berarti.
3. Dr. Osly Usman, M. Bus., selaku Dosen Pembimbing I, yang dengan kesabaran dan bimbingan ahlinya telah membimbing dan memberikan arahan dalam proses penyusunan skripsi ini.

4. Dr. Ayatulloh Michael Musyaffi, S.E., Ak., M. Ak., Dosen Pembimbing II, yang dengan penuh dedikasi memberikan bimbingan serta arahan berharga dalam penyusunan skripsi.
5. Orang tua tercinta, yang senantiasa menjadi sumber motivasi dan memberikan dukungan, baik doa maupun dukungan materil, dalam setiap langkah penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh teman dari Pendidikan Bisnis angkatan 2019 dan sahabat yang setia mendukung, membantu, dan memberikan doa dalam setiap perjalanan penelitian ini.



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR 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 Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Teori Pendukung	16
2.2.1 <i>e-Service Quality</i> (X1).....	16
2.2.2 <i>e-Trust</i> (X2).....	21
2.2.3 <i>e-CRM</i> (X3)	24
2.2.4 <i>e-Loyalty</i> (Y)	27
2.2.5 <i>e-Satisfaction</i> (Z).....	30
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka Teori.....	37
2.4 Pengembangan Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	47
3.2 Desain Penelitian.....	47
3.3 Populasi dan Sampel	48

3.4	Pengembangan Instrumen	50
3.4.1	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	51
3.4.2	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	51
3.4.3	Variabel Mediasi (<i>Intervening Variable</i>).....	51
3.4.4	Variabel Indikator	51
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5.1	Teknik Pengumpulan Data Primer	54
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	56
3.6	Teknik Analisis Data.....	56
3.6.1	Evaluasi <i>Outer Model</i>	57
3.6.2	Analisis <i>Inner Model</i>	60
3.6.3	Pengujian Hipotesis.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Analisis Data Responden	62
4.2	Analisis Deskriptif	67
4.2.1	<i>e-Service Quality (X1)</i>	67
4.2.2	<i>e-Trust (X2)</i>	70
4.2.3	<i>e-Customer Relationship Management</i>	73
4.2.4	<i>e-Satisfaction (Z)</i>	77
4.2.5	<i>e-Loyalty (Y)</i>	80
4.3	Hasil Analisis Data.....	83
4.3.1	Evaluasi <i>Outer Model</i>	83
4.3.2	Analisis <i>Inner Model</i>	94
4.3.3	Pengujian Hipotesis	95
4.4	Pembahasan.....	98
BAB V PENUTUP.....		112
5.1	Kesimpulan	112
5.2	Implikasi.....	114
5.2.1	Implikasi Teoritis	114
5.2.2	Implikasi Praktis	116
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	118

5.4	Saran.....	118
	DAFTAR PUSTAKA	120
	LAMPIRAN.....	133



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Top Finance Apps by Active Users in Indonesia</i>	3
Gambar 1. 2 Peretasan Data Nasabah	9
Gambar 1. 3 Keluhan Nasabah di X (Twitter)	10
Gambar 2. 1 Kerangka Model Penelitian	45
Gambar 4. 1 Model Kerangka Teori	83
Gambar 4. 2 Model Setelah Modifikasi	87
Gambar 4. 3 Model Hasil Pengujian Bootstrapping	96



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Keluhan Nasabah di Instagram	4
Tabel 1. 2 Keluhan Nasabah di X (Twitter).....	4
Tabel 1. 3 <i>Rating</i> Google Play Store.....	5
Tabel 1. 4 Ulasan Nasabah di Google Play Store	6
Tabel 1. 5 Ulasan Nasabah di Google Play Store	7
Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	52
Tabel 3. 2 Skor Skala Likert	56
Tabel 4. 1 Usia dan Jenis Kelamin Responden	63
Tabel 4. 2 Domisili Responden.....	63
Tabel 4. 3 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden.....	64
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden	64
Tabel 4. 5 Jumlah Penghasilan Responden Perbulan.....	65
Tabel 4. 6 Frekuensi Penggunaan Livin' by Mandiri Responden	66
Tabel 4. 7 Analisis Data Responden Keseluruhan	67
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif e-Service Quality (X1).....	69
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif e-Trust (X2)	72
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif e-CRM (X3).....	75
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif e-Satisfaction (Z)	79
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif e-Loyalty (Y)	82
Tabel 4. 13 Nilai Outer Loading Sebelum Modifikasi.....	84
Tabel 4. 14 Nilai Outer Loading Sesudah Modifikasi	85
Tabel 4. 15 Nilai Cross Loading	89
Tabel 4. 16 Nilai Fornell-Larcker	92
Tabel 4. 17 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	92
Tabel 4. 18 Nilai Composite Reliability	93
Tabel 4. 19 Nilai Cronbach's Alpha	94
Tabel 4. 20 Nilai Coefficient Determination (R-square)	95
Tabel 4. 21 Nilai Predictive Relevance (Q-square)	95

Tabel 4. 22 Nilai Uji Hipotesis Pengaruh Langsung (Path Coefficients)	97
Tabel 4. 23 Nilai Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)	97
Tabel 4. 24 Simpulan Seluruh Hasil Uji Hipotesis	111



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Persetujuan Dosen Pembimbing	133
Lampiran 2 Kartu Konsultasi Skripsi.....	134
Lampiran 3 Format Saran dan Perbaikan Skripsi	135
Lampiran 4 Hasil Turnitin.....	136
Lampiran 5 Kuesioner Penelitian.....	137
Lampiran 6 Tabulasi Data Variabel e-Service Quality (X1)	142
Lampiran 7 Tabulasi Data Variabel e-Trust (X2).....	145
Lampiran 8 Tabulasi Data Variabel e-CRM (X3)	148
Lampiran 9 Tabulasi Data Variabel e-Satisfaction (Z).....	151
Lampiran 10 Tabulasi Data Variabel e-Loyalty (Y).....	154
Lampiran 11 Deskripsi Data Penelitian	157
Lampiran 12 Hasil Outer Model	158
Lampiran 13 Hasil Inner Model.....	160
Lampiran 14 Hasil Uji Hipotesis Bootstrapping.....	161
Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup.....	162