

**PERAN *CONSUMER SATISFACTION* DALAM MEMEDIASI PENGARUH
SERVICE QUALITY DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP
CONSUMER LOYALTY SHOPEE DI JAKARTA**

SHIVA SILVIA PAQUITA

1709620053



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ADMINISTRASI PERKANTORAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

**THE ROLE OF CONSUMER SATISFACTION IN MEDIATING THE
INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND DIGITAL MARKETING ON
CONSUMER LOYALTY SHOPEE IN JAKARTA**

SHIVA SILVIA PAQUITA

1709620053



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

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

OFFICE ADMINISTRATION EDUCATION STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



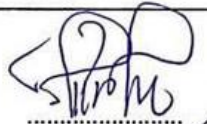


Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



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

NIP. 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Puji Wahono, M.Si. NIP. 196002011987021001 (Ketua Sidang)		1 Juli 2024
2	Dr. Christian Wiradendi Wolor, S.E., M.M. NIP. 199110182019031014 (Penguji 1)		1 Juli 2024
3	Roni Fasliah, S.Pd., M.M. NIP. 197510152003121001 (Penguji 2)		1 Juli 2024
4	Dr. Osly Usman, M.Bus. NIP. 197401152008011008 (Pembimbing 1)		1 Juli 2024
5	Maulana Amirul Adha, M.Pd. NIP. 199604272022031012 (Pembimbing 2)		1 Juli 2024

Nama : Shiva Silvia Paquita
No. Registrasi : 1709620053
Program Studi : S1 Pendidikan Administrasi Perkantoran
Tanggal Lulus : 1 Juli 2024

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Osly Usman, M.Bus.
NIP/NIDK : 197401152008011008
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

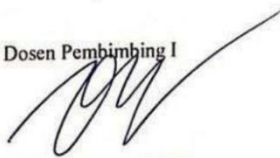
Nama : Maulana Amirul Adha, M.Pd.
NIP/NIDK : 199604272022031012
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Shiva Silvia Paquita
No. Registrasi : 1709620053
Program Studi : Pendidikan Administrasi Perkantoran
Judul Skripsi : Peran *Consumer Satisfaction* dalam Memediasi Pengaruh *Service Quality* dan *Digital Marketing* terhadap *Consumer Loyalty* Shopee di Jakarta


untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Dosen Pembimbing I

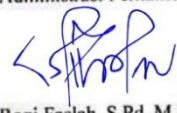

Dr. Osly Usman, M.Bus.
NIP. 197401152008011008

Jakarta, 31 Mei 2024

Dosen Pembimbing II


Maulana Amirul Adha, M.Pd.
NIP. 199604272022031012

Mengetahui,
Koord. Program Studi Pendidikan
Administrasi Perkantoran


Roni Fasliah, S.Pd, M.M.
NIP. 197510152003121001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shiva Silvia Paquita

NIM : 1709620053

Program Studi : S1 Pendidikan Administrasi Perkantoran

Fakultas : Ekonomi

Judul Skripsi : Peran *Consumer Satisfaction* dalam Memediasi Pengaruh
Service Quality dan *Digital Marketing* terhadap *Consumer
Loyalty* Shopee di Jakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya dan secara sadar bahwa skripsi ini adalah benar hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya yang dipublikasikan orang lain. Pendapat atau temuan orang lain dalam skripsi ini dikutip dan disertakan dalam daftar pustaka dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah. Jika terbukti pernyataan ini tidak benar, maka menjadi tanggung jawab Saya.

Jakarta, 31 Mei 2024



(Shiva Silvia Paquita)

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 : Shiva Silvia Paquita
NIM : 1709620053
Fakultas/Prodi : Ekonomi / S1 Pendidikan Administrasi Perkantoran
Alamat email : shivasilviap@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 :

PERAN CONSUMER SATISFACTION DALAM MEMEDIASI PENGARUH SERVICE QUALITY DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP CONSUMER LOYALTY SHOPEE 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, 31 Mei 2024
Penulis

Shiva Silvia Paquita

ABSTRAK

SHIVA SILVIA PAQUITA, Peran *Consumer Satisfaction* Dalam Memediasi Pengaruh *Service Quality* Dan *Digital Marketing* Terhadap *Consumer Loyalty* Shopee Di Jakarta. Skripsi, Jakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2024.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *service quality* dan *digital marketing* yang dimediasi oleh *consumer satisfaction* terhadap *consumer loyalty* Shopee di Jakarta. Penelitian ini dilaksanakan selama empat bulan yaitu mulai dari Januari 2024 hingga Mei 2024. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan penyebaran kuesioner melalui *google formulir*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan belanja *online* di *marketplace* Shopee yang tinggal di Jakarta dan untuk sampel penelitian diambil sebanyak 166 responden, jumlah ini didapatkan dari perhitungan yang berdasarkan rekomendasi Hair et al. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling*, khususnya dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh secara langsung dari responden atau objek penelitian, atau yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan aplikasi perhitungan *SmartPLS* yang terdiri dari *outer model* dan *inner model*. Pengujian hipotesis menggunakan *path algorithm* yang sudah di *bootstrapping* dengan melihat nilai T statistik dan P Values. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Variabel *service quality* (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *consumer satisfaction* (Z). 2) Variabel *digital marketing* (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *consumer satisfaction* (Z). 3) Variabel *service quality* (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *consumer loyalty* (Y). 4) Variabel *digital marketing* (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *consumer loyalty* (Y). 5) Variabel *consumer satisfaction* (Z) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *consumer loyalty* (Y). 6) Variabel *service quality* (X1) yang dimediasi oleh variabel *consumer satisfaction* (Z) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *consumer loyalty* (Y). 7) Variabel *digital marketing* (X2) yang dimediasi oleh variabel *consumer satisfaction* (Z) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *consumer loyalty* (Y).

Kata Kunci : *Service Quality, Digital Marketing, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty.*

ABSTRACT

SHIVA SILVIA PAQUITA, The Role of Consumer Satisfaction in Mediating the Influence of Service Quality and Digital Marketing on Shopee's Consumer Loyalty in Jakarta. Thesis, Jakarta: Faculty of Economics, Jakarta State University, 2024.

The purpose of this study is to determine the influence of service quality and digital marketing mediated by consumer satisfaction on consumer loyalty Shopee in Jakarta. This research was carried out for four months, starting from January 2024 to May 2024. The research method used in this study is a survey method with the distribution of questionnaires through google forms. The population in this study is consumers who have done online shopping at the Shopee marketplace who live in Jakarta and for the research sample taken as many as 166 respondents, this number is obtained from calculations based on the recommendations of Hair et al. The sampling technique uses the non-probability sampling method, especially by using the purposive sampling technique. The data collection in this study is primary data, which is obtained directly from respondents or research objects, or that have a relationship with the research object. The analysis technique used in this study is using the SmartPLS calculation application which consists of an outer model and an inner model. Hypothesis testing uses the bootstrapped algorithm path by looking at statistical T values and P Values. The results obtained in this study show that: 1) The service quality variable (X1) has a positive and significant influence on the consumer satisfaction variable (Z). 2) The digital marketing variable (X2) has a positive and significant influence on the consumer satisfaction variable (Z). 3) The service quality variable (X1) has a positive and significant influence on the consumer loyalty variable (Y). 4) The digital marketing variable (X2) has a positive and significant influence on the consumer loyalty variable (Y). 5) The consumer satisfaction variable (Z) has a positive and significant influence on the consumer loyalty variable (Y). 6) The service quality variable (X1) mediated by the consumer satisfaction variable (Z) has a positive and significant influence on the consumer loyalty variable (Y). 7) The digital marketing variable (X2) mediated by the consumer satisfaction variable (Z) has a positive and significant influence on the consumer loyalty variable (Y).

Keywords : *Service Quality, Digital Marketing, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty.*

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kehadiran Allah Yang Maha Esa atas rahmat dan karuniaNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Peran Consumer Satisfaction dalam Memediasi Pengaruh Service Quality dan Digital Marketing terhadap Consumer Loyalty Shopee di Jakarta**”, sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Sarjana (S1) Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini telah banyak menerima dukungan, bimbingan, bantuan, dan kemudahan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Dengan tulus hati, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Roni Faslah, S.Pd., M.M. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran dan Dosen Penguji 2.
3. Dr. Osly Usman, M.Bus. selaku Dosen Pembimbing satu yang senantiasa memberikan bimbingan dan saran sampai proses akhir penyusunan Skripsi ini.
4. Maulana Amirul Adha, S.Pd., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing dua yang senantiasa memberikan bimbingan dan saran sampai dengan proses akhir penyusunan Skripsi ini.
5. Prof. Dr. Puji Wahono, M.Si. selaku Ketua Sidang yang telah memberikan saran dan arahan terhadap Skripsi peneliti.

6. Dr. Christian Wiradendi Wolor, S.E., M.M. selaku Penguji 1 yang telah memberikan saran dan arahan terhadap Skripsi peneliti.
7. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan, perhatian, motivasi, dan kasih sayang kepada peneliti dalam menyusun Skripsi ini.
8. Anugerah Randa Andhika yang selalu mendengarkan keluh kesah Peneliti, selalu bersedia menemani, dan memberikan dukungan kepada peneliti.
9. Kepada teman-teman program studi Pendidikan Administrasi Perkantoran 2020 yang telah memberikan semangat dan doa, serta sama-sama berjuang dalam menyelesaikan karya akhir Skripsi.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebut satu per satu yang telah membantu kelancaran peneliti dalam penyelesaian Skripsi ini.
11. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Shiva Silvia Paquita, terima kasih sudah bertahan dan berusaha sejauh ini, terima kasih sudah mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan dan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan karena keterbatasan yang ada. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi peneliti dan bagi pembaca pada umumnya.

Jakarta, 31 Mei 2024

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	18
1.3. Tujuan Penelitian	18
1.4. Manfaat Penelitian	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA	22
2.1. Landasan Teori	22
2.1.1. <i>Consumer Loyalty (Y)</i>	22
2.1.2. <i>Service Quality (X1)</i>	28
2.1.3. <i>Digital Marketing (X2)</i>	33
2.1.4. <i>Consumer Satisfaction (Z)</i>	39
2.2. Hasil Penelitian yang Relevan.....	45

2.3.	Kerangka Teoritik	55
2.3.1.	<i>Service Quality</i> terhadap <i>Consumer Satisfaction</i>	55
2.3.2.	<i>Digital Marketing</i> terhadap <i>Consumer Satisfaction</i>	56
2.3.3.	<i>Service Quality</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i>	58
2.3.4.	<i>Digital Marketing</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i>	60
2.3.5.	<i>Consumer Satisfaction</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i>	62
2.3.6.	<i>Service Quality</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i> yang dimediasi <i>Consumer Satisfaction</i>	64
2.3.7.	<i>Digital Marketing</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i> yang dimediasi <i>Consumer Satisfaction</i>	66
2.4.	Kerangka Konseptual	68
BAB III METODE PENELITIAN		70
3.1.	Waktu dan Tempat Penelitian	70
3.1.1.	Waktu Penelitian	70
3.1.2.	Tempat Penelitian	71
3.2.	Desain Penelitian	71
3.2.1.	Metode Penelitian	71
3.2.2.	Sumber Data	72
3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian	72
3.3.1.	Populasi Penelitian	72
3.3.2.	Sampel Penelitian	73
3.4.	Pengembangan Instrumen	75
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	83
3.6.	Teknik Analisis Data	84
3.6.1.	<i>Outer Model</i>	86

3.6.2. Inner Model	87
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	90
4.1. Deskripsi Data	90
4.1.1. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	94
4.2. Hasil.....	106
4.2.1. Outer Model.....	106
4.2.2. Inner Model.....	112
4.3. Pembahasan.....	120
4.3.1. Service Quality terhadap Consumer Satisfaction	120
4.3.2. Digital Marketing terhadap Consumer Satisfaction	123
4.3.3. Service Quality terhadap Consumer Loyalty.....	125
4.3.4. Digital Marketing terhadap Consumer Loyalty.....	128
4.3.5. Consumer Satisfaction terhadap Consumer Loyalty.....	131
4.3.6. Service Quality terhadap Consumer Loyalty yang dimediasi Consumer Satisfaction	134
4.3.7. Digital Marketing terhadap Consumer Loyalty yang dimediasi Consumer Satisfaction	137
BAB V PENUTUP	141
5.1. Kesimpulan.....	141
5.2. Implikasi.....	143
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	145
5.4. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	146
DAFTAR PUSTAKA	148
LAMPIRAN	161

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Ranking Situs E-Commerce Paling Banyak Dikunjungi di Tahun 2021	5
Gambar 1. 2 Ranking Survei Kepuasan Pelanggan Terhadap Marketplace	10
Gambar 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	90
Gambar 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia	91
Gambar 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	92
Gambar 4. 4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	92
Gambar 4. 5 Data Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	93



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian yang Relevan	46
Tabel 3. 1 Timeline Penelitian.....	70
Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Consumer Loyalty (Y)	76
Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen Variabel <i>Service Quality</i> (X1).....	78
Tabel 3. 4 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Digital Marketing (X2)	80
Tabel 3. 5 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Consumer Satisfaction (Z)	82
Tabel 4. 1 Interval Penelitian.....	94
Tabel 4. 2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Consumer Loyalty (Y)	94
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> (X1)	97
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Digital Marketing (X2).....	100
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Consumer Satisfaction (Z).....	103
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Konvergen Penelitian.....	107
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Diskriminan Penelitian.....	108
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian	110
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas	110
Tabel 4. 10 Hasil Uji R-Square	112
Tabel 4. 11 Hasil Uji Q-Square	113
Tabel 4. 12 Hasil Path Coefficient.....	113
Tabel 4. 13 Hasil Uji F-Square.....	115
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis Berdasarkan T Statistics	116
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis Berdasarkan P Values.....	119

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Pra Survei.....	161
Lampiran 2 Kuesioner Variabel Consumer Loyalty (Y).....	162
Lampiran 3 Jawaban Kuesioner Variabel Consumer Loyalty (Y)	163
Lampiran 4 Kuesioner Variabel Service Quality (X1)	164
Lampiran 5 Jawaban Kuesioner Variabel Service Quality (X1)	165
Lampiran 6 Kuesioner Variabel Digital Marketing (X2).....	166
Lampiran 7 Jawaban Kuesioner Variabel Digital Marketing (X2)	167
Lampiran 8 Kuesioner Variabel Consumer Satisfaction (Z).....	168
Lampiran 9 Jawaban Kuesioner Variabel Consumer Satisfaction (Z).....	169
Lampiran 10 Model Struktural SmartPLS	169
Lampiran 11 Hasil Outer Loading Uji Validitas	170
Lampiran 12 Hasil Cross Loading Uji Validitas	171
Lampiran 13 Hasil Uji Reliabilitas	172
Lampiran 14 Hasil Uji Multikolinearitas	172
Lampiran 15 Hasil Uji R-Square	173
Lampiran 16 Hasil Uji Q-Square	173
Lampiran 17 Hasil Uji F-Square.....	173
Lampiran 18 Hasil Uji Path Coefficient.....	174
Lampiran 19 Hasil Uji Hipotesis T Statistics	174
Lampiran 20 Hasil Uji Hipotesis P Values	175
Lampiran 21 T Tabel.....	176
Lampiran 22 Riwayat Hidup Penulis	177