

**DETERMINASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
E-LOYALTY PENGGUNA E-COMMERCE DI DKI JAKARTA
TERHADAP FITUR PEMBAYARAN *DIGITAL***

BICKY MAULANA

1707619057



*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 BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

DETERMINATION OF FACTORS INFLUENCING E-COMMERCE USERS E-LOYALTY IN DKI JAKARTA ON DIGITAL PAYMENT FEATURES

BICKY MAULANA

1707619057



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

This Thesis is Structured as one of the Requirements for Obtaining a Bachelor of Education Degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta

STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PenanggungJawab

Dekan Fakultas Ekonomi



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

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd NIP. 199302202019032022 (Ketua Sidang)		23 Juli 2024
2	Daru Putri Kusumaningtyas. S.E., M.Han NIP. 199504122023212041 (Penguji 1)		23 Juli 2024
3	Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd NIP. 198802142022032001 (Penguji 2)		23 Juli 2024
4	Dr. Osly Usman, M.Bus NIP. 197401152008011008 (Pembimbing 1)		23 Juli 2024
5	Dr. Ayatulloh Michael Musyaffi, SE,,Ak.,M.Ak NIP. 199102282020121010 (Pembimbing 2)		23 Juli 2024

Nama : Bicky Maulana
No. Registrasi : 1707619057
Program Studi : S-1 Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 4 Juli 2024

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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Berikut ini adalah hal-hal yang saya nyatakan dengan ini:

1. Skripsi ini merupakan karya asli yang belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik sarjana di Universitas Negeri Jakarta atau perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan kecuali secara tegas dinyatakan secara tertulis sebagai acuan dalam karya tulis dengan mencantumkan nama penulis dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Saya membuat pernyataan ini dengan jujur, dan jika di kemudian hari ada kejanggalan atau ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik, seperti dicabut gelar saya atau menerima sanksi lain sesuai dengan kebijakan Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 25 Juli 2024

Pembuat Pernyataan,



Bicky Maulana
No.Reg. 1707619057

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 : Bicky Maulana
NIM : 1707619057
Fakultas/Prodi : Ekonomi/S-1 Pendidikan Bisnis
Alamat email : bickymaulana24@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 :

Determinasi Faktor-faktor yang Memengaruhi *E-Loyalty* Pengguna *E-Commerce* di DKI Jakarta terhadap Fitur Pembayaran *Digital*

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, 25 Juli 2024

Penulis

Bicky Maulana

ABSTRAK

BICKY MAULANA. Determinasi Faktor-faktor yang Memengaruhi *E-Loyalty* Pengguna *E-Commerce* di DKI Jakarta terhadap Fitur Pembayaran *Digital*: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi *e-loyalty* pengguna *e-commerce* di DKI Jakarta terhadap fitur pembayaran digital. Pada penelitian ini terdapat lima variabel, yaitu *e-service quality*, *e-trust*, *perceived usefulness*, *e-satisfaction*, dan *e-loyalty* dengan kriteria sampel berdomisili di DKI Jakarta, minimal berusia 17 tahun, dan pernah menggunakan *e-wallet* ShopeePay dalam tiga bulan terakhir. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data *purposive sampling*. Penelitian ini menghasilkan data dari 177 responden yang dianalisis menggunakan *software* SmartPLS 4.0 dengan metode *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction*, *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction*, *perceived usefulness* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction*, *e-service quality* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty*, *e-satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty*, *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty*. Selanjutnya, *e-service quality* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction*, *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction*, dan *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction*.

Kata Kunci: *e-service quality*, *e-trust*, *perceived usefulness*, *e-satisfaction*, *e-loyalty*

ABSTRACT

BICKY MAULANA. *Determination of Factors Influencing E-Commerce Users E-Loyalty in DKI Jakarta on Digital Payment Features: Business Education Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta, 2024.*

This research aims to determine the factors that influence the e-loyalty of e-commerce users in DKI Jakarta towards digital payment features. In this study there are five variables, namely e-service quality, e-trust, perceived usefulness, e-satisfaction, and e-loyalty with the sample criteria being domiciled in DKI Jakarta, at least 17 years old, and having used the ShopeePay e-wallet for three last month. The research method used is quantitative with purposive sampling data collection techniques. This research produced data from 177 respondents which were analyzed using SmartPLS 4.0 software with the Partial Least Square (PLS) method. The research results show that e-service quality has a positive and significant effect on e-satisfaction, e-trust has a positive and significant effect on e-satisfaction, perceived usefulness has no positive and significant effect on e-satisfaction, e-service quality has no positive and significant effect towards e-loyalty, e-satisfaction has a positive and significant effect on e-loyalty, perceived usefulness has a positive and significant effect on e-loyalty. Furthermore, e-service quality does not have a positive and significant effect on e-loyalty through e-satisfaction, e-trust has a positive and significant effect on e-loyalty through e-satisfaction, and perceived usefulness has a positive and significant effect on e-loyalty through e-satisfaction. satisfaction.

Keywords: *e-service quality, e-trust, perceived usefulness, e-satisfaction, e-loyalty*

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(Q.S Al-Insyirah, 94: 5-8)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil’alamin puji dan syukur kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya saya berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya dan kedua kakak saya yang selalu memberikan doa tiada henti untuk saya serta yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada saya agar dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa saya juga berterima kasih untuk diri saya sendiri yang telah mampu berjuang sampai detik ini untuk terus melanjutkan skripsi ini hingga selesai. Saya juga mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua dosen pembimbing dan juga dosen prodi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat sebagai bekal pengetahuan saya di kemudian hari.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas nikmat dan rahmat-Nya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Determinasi Faktor-faktor yang Memengaruhi *E-Loyalty* Pengguna *E-Commerce* di DKI Jakarta terhadap Fitur Pembayaran *Digital*”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, tentunya penulis mendapatkan pengarahan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd. selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Osly Usman, M.Bus selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam proses menyusun skripsi ini.
4. Dr. Ayatulloh Michael Musyaffi, S.E.,Ak., M.Ak selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam proses menyusun skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan motivasi yang bermanfaat.

6. Orang tua penulis, Bapak Marhidi HM dan Ibu Yusroh yang senantiasa selalu mendoakan, memberikan kasih sayang, semangat dan memotivasi penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua kakak penulis yang senantiasa selalu mendoakan, memberikan semangat dan motivasi penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Tengku Sri Ananda, yang pada penyusunan skripsi ini berkontribusi dalam memberikan dukungan, arahan, motivasi, dan juga solusi.
9. Teman-teman Prodi Pendidikan Bisnis 2019 yang selalu bersama-sama berjuang dan menyemangati satu sama lain.
10. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesiner penelitian ini.

Dengan bantuan semua pihak yang telah disebutkan di atas, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca demi terciptanya skripsi yang lebih baik lagi untuk masa mendatang.

Jakarta, 29 Juni 2024

Bicky Maulana
(1707619057)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Teori Pendukung.....	17
2.1.1 <i>E-Service Quality</i>	17
2.1.2 <i>E-Trust</i>	19
2.1.3 <i>Perceived Usefulness</i>	23
2.1.4 <i>E-Satisfaction</i>	25
2.1.5 <i>E-Loyalty</i>	27
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	29
2.2.1 <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-Satisfaction</i>	29
2.2.2 <i>E-Trust</i> dan <i>E-Satisfaction</i>	30
2.2.3 <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>E-Satisfaction</i>	32

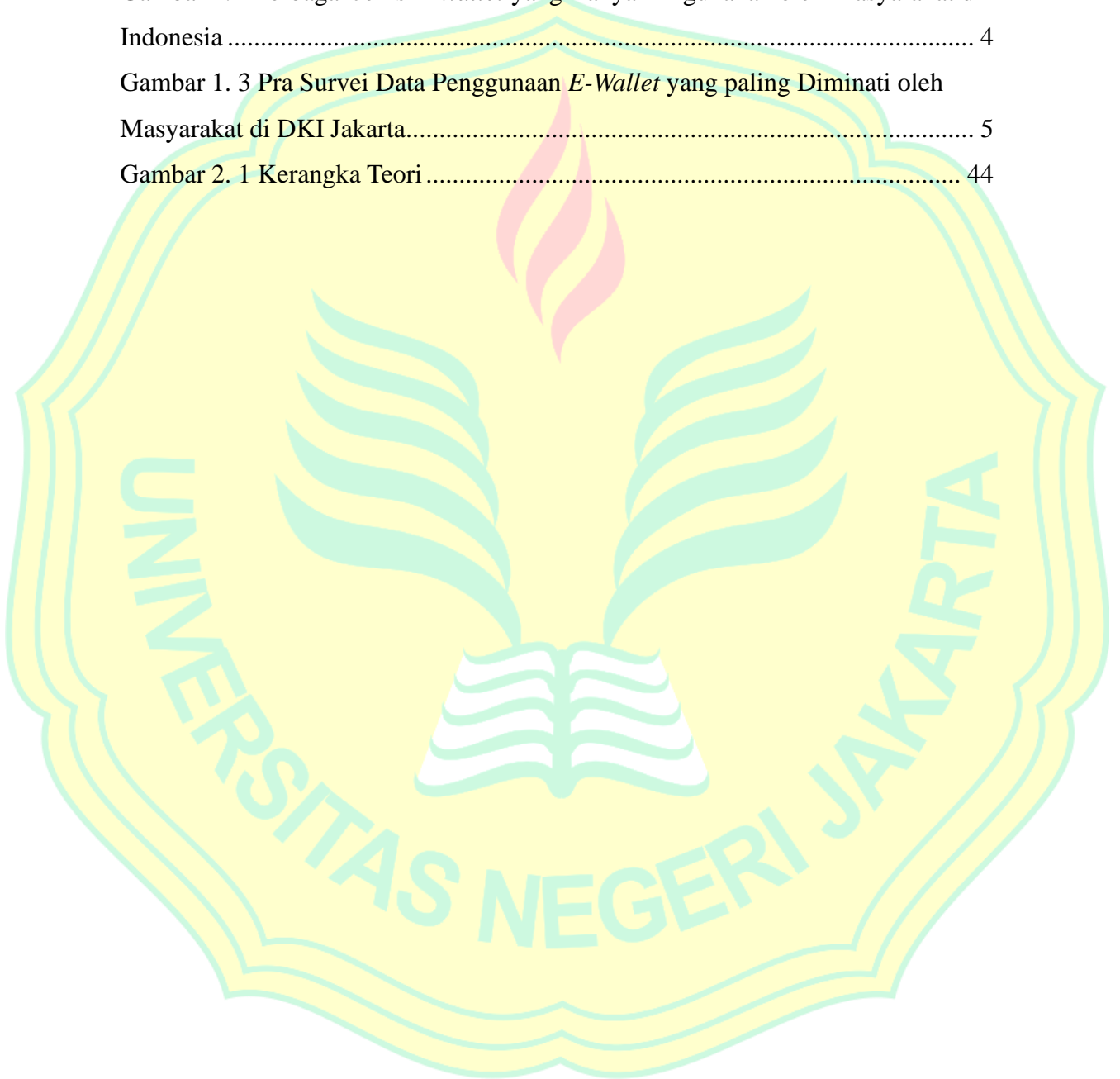
2.2.4 <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-Loyalty</i>	34
2.2.5 <i>E-Satisfaction</i> dan <i>E-Loyalty</i>	35
2.2.6 <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>E-Loyalty</i>	37
2.2.7 <i>E-Service Quality</i> , <i>E-Satisfaction</i> , dan <i>E-Loyalty</i>	39
2.2.8 <i>E-Trust</i> , <i>E-Satisfaction</i> , dan <i>E-Loyalty</i>	41
2.2.9 <i>Perceived Usefulness</i> , <i>E-Satisfaction</i> , dan <i>E-Loyalty</i>	42
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	48
3.2 Desain Penelitian	48
3.3 Populasi dan Sampel.....	49
3.4 Pengembangan Instrumen.....	50
3.4.1 Instrumen <i>E-Service Quality</i>	51
3.4.2 Instrumen <i>E-Trust</i>	52
3.4.3 Instrumen <i>Perceived Usefulness</i>	53
3.4.4 Instrumen <i>E-Satisfaction</i>	54
3.4.5 Instrumen <i>E-Loyalty</i>	55
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.6 Teknik Analisis Data.....	58
3.6.1 Analisa <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	58
3.6.2 Analisa <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	61
3.6.3 Uji Hipotesis	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Deskripsi Data	63
4.2 Hasil.....	76
4.2.1 Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	76
4.2.2 Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	82
4.3 Pembahasan	87
4.3.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	87
4.3.2 Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	88
4.3.3 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	90
4.3.4 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	91
4.3.5 Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	93

4.3.6 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	94
4.3.7 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> Melalui <i>E-Satisfaction</i> 96	
4.3.8 Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> Melalui <i>E-Satisfaction</i>	98
4.3.9 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> Melalui <i>E-Satisfaction</i>	99
BAB V PENUTUP	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Implikasi	104
5.3 Keterbatasan Penelitian	105
5.4 Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN-LAMPIRAN	119



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2012-2023	1
Gambar 1.2 Berbagai Jenis <i>E-Wallet</i> yang Banyak Digunakan oleh Masyarakat di Indonesia	4
Gambar 1. 3 Pra Survei Data Penggunaan <i>E-Wallet</i> yang paling Diminati oleh Masyarakat di DKI Jakarta.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Teori	44



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Contoh Komentar Negatif Pengguna terhadap ShopeePay	7
Tabel 1. 2 Komentar Negatif Pengguna terhadap ShopeePay.....	7
Tabel 1. 3 Contoh Kasus Pengguna ShopeePay Tidak Bisa Menghubungi <i>Customer Service</i>	8
Tabel 1. 4 Contoh Kasus Kekecewaan dari Pengguna ShopeePay	9
Tabel 1. 5 Komentar Negatif Pengguna ShopeePay terhadap <i>E-Loyalty</i> Penggunanya	10
Tabel 2. 1 Hipotesis Penelitian.....	45
Tabel 3. 1 Indikator <i>E-Service Quality</i>	51
Tabel 3. 2 Indikator <i>E-Trust</i>	52
Tabel 3. 3 Indikator <i>Perceived Usefulness</i>	53
Tabel 3. 4 Indikator <i>E-Satisfaction</i>	55
Tabel 3. 5 Indikator <i>E-Loyalty</i>	56
Tabel 3. 6 Skala <i>Likert</i>	57
Tabel 4. 1 Pertanyaan Penyaringan Responden	63
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan yang Telah Ditamatkan	65
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	66
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan dalam Sebulan	67
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Service Quality</i>	67
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Trust</i>	69
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	71
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Satisfaction</i>	73
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Loyalty</i>	74
Tabel 4. 12 Hasil <i>Outer Loading</i> Setelah Perhitungan.....	76
Tabel 4. 13 Hasil <i>Discriminant Validity Cross Loadings</i>	79
Tabel 4. 14 Hasil <i>Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT)</i>	80

Tabel 4. 15 Hasil <i>Construct Reliability and Validity</i>	80
Tabel 4. 16 Hasil Perhitungan R-Square	82
Tabel 4. 17 Hasil Uji VIF	83
Tabel 4. 18 Hasil <i>Path Coefficients</i>	84
Tabel 4. 19 Hasil <i>Indirect Effect</i>	86



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Persetujuan Sidang Skripsi	119
Lampiran 2: Kartu Konsultasi Skripsi.....	120
Lampiran 3: Form Saran dan Perbaikan Skripsi	121
Lampiran 4: Lembar Persetujuan Hasil Perbaikan Skripsi	122
Lampiran 5: Hasil Turnitin.....	123
Lampiran 6: Kuesioner Penelitian	124
Lampiran 7: Data 177 Responden.....	129
Lampiran 8: Tabulasi Data <i>E-Service Quality</i> (X1).....	135
Lampiran 9: Tabulasi Data <i>E-Trust</i> (X2).....	139
Lampiran 10: Tabulasi Data <i>Perceived Usefulness</i> (X3)	144
Lampiran 11: Tabulasi Data <i>E-Satisfaction</i> (Y).....	149
Lampiran 12: Tabulasi Data <i>E-Loyalty</i> (Z)	154