

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP *E-LOYALTY* MELALUI *E-SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*: STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI *E-COMMERCE FASHION* DI JABODETABEK

MUHAMMAD THAHER

1705619028



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

**THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY AND E-TRUST ON
E-LOYALTY THROUGH E-SATISFACTION AS INTERVENING
VARIABLE: STUDY OF FASHION E-COMMERCE APP USERS IN
JABODETABEK**

MUHAMMAD THAHER

1705619028



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**The thesis is prepared to fulfill the requirements to obtain Bachelor's of
Management at Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta**

MANAGEMENT STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

ABSTRAK

Muhammad Thaher: “Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *E-Loyalty* melalui *E-Satisfaction* sebagai Variabel *Intervening*: Studi pada Pengguna Aplikasi *E-Commerce Fashion* di Jabodetabek” Skripsi, Jakarta: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M. dan Ika Febrilia SE, M.M.

Maksud dari penulisan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh positif dan signifikan *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-loyalty* dimediasi *e-satisfaction*. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner yang didistribusikan secara *online* melalui platform media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Tiktok. Objek yang diambil dalam penelitian ini adalah responden yang pernah melakukan pembelian pada aplikasi *e-commerce fashion* Zalora minimal tiga kali dalam enam bulan terakhir yang berdomisili tempat tinggal di Jabodetabek dan berusia minimal 17 tahun. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 261 responden. Penelitian ini menggunakan software SPSS versi 25 dan SEM (*Structural Equation Model*) dari software Lisrel 8.80 untuk melakukan proses analisis dan pengolahan data hasil penelitian. Adapun hasil yang didapatkan pada penelitian ini menunjukkan bahwa *e-service quality*, *e-trust*, *e-satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty*. Selain itu, *e-service quality* dan *e-loyalty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction*. Serta, *e-service quality* dan *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci: *E-Service Quality, E-Trust, E-Satisfaction, E-Loyalty*

ABSTRACT

Muhammad Thaher: “The Influence Of E-Service Quality and E-Trust on E-Loyalty through E-Satisfaction as Intervening Variable: Study of Fashion E-Commerce App Users in Jabodetabek” Thesis, Jakarta: Management Study Program, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta. Advisory Team: Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M. and Ika Febrilia SE, M.M.

The aim of this research is to test the positive and significant influence of e-service quality and e-trust on e-loyalty mediated by e-satisfaction. The data collection was carried out using a questionnaire method distributed online through social media platforms such as WhatsApp, Instagram, and Tiktok. The objects taken in this study are respondents who have made purchases on the Zalora fashion e-commerce application at least three times in the last six months who live in Jabodetabek and are at least 17 years old. The sample used in this research was 261 respondents. This research uses SPSS version 25 software and SEM (Structural Equation Model) from Lisrel 8.80 software to carry out the analysis and processing of research data. The results obtained in this study indicate that e-service quality, e-trust, e-satisfaction have a positive and significant effect on e-loyalty. In addition, e-service quality and e-loyalty have a positive and significant effect on e-satisfaction. Also, e-service quality and e-trust have a positive and significant effect on e-loyalty through e-satisfaction as a mediating variable.

Keywords: *E-Service Quality, E-Trust, E-Satisfaction, E-Loyalty*

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 18 Juni 2024
Yang Membuat Pernyataan,



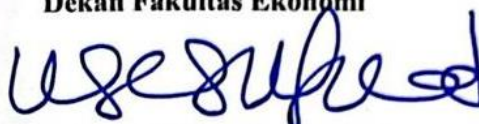
Muhammad Thaher
No.Reg 1705619028

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. Mohamad Rizan, M.M. NIP 197206272006041001 (Ketua Sidang)		15-07-2024
2	Prof. Usep Suhud, M. Si., Ph. D. NIP 197002122008121001 (Penguji 1)		15-07-2024
3	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., MSM NIP 199308272020122024 (Penguji 2)		15-07-2024
4	Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M NIP 197404162006041001 (Pembimbing 1)		15-07-2024
5	Ika Febrilia, SE, M.M NIP 198702092015042001 (Pembimbing 2)		15-07-2024

Nama : Muhammad Thaher
No. Registrasi : 1705619028
Program Studi : S1 Manajemen
Tanggal Lulus : 10-07-2024

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 : Muhammad Thaher
NIM : 1705619028
Fakultas/Prodi : Ekonomi/S1 Manajemen
Alamat email : thahermhmd@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 *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *E-Loyalty* melalui *E-Satisfaction* sebagai Variabel *Intervening*: Studi Pada Pengguna Aplikasi *E-Commerce Fashion* di Jabodetabek

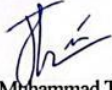
Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis 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, 01 Agustus 2024

Penulis


(Muhammad Thaher)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga peneliti diberikan kelancaran dan kemudahan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Adapun judul pada penelitian ini yakni “Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *E-Loyalty* melalui *E-Satisfaction* sebagai *Variabel Intervening*: Studi pada Pengguna Aplikasi *E-Commerce Fashion* di *Jabodetabek*”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Banyak pihak yang memberikan bantuan atau kontribusi terhadap penyelesaian skripsi ini, baik bantuan spiritual, moral, maupun material yang sangat membantu peneliti untuk bersemangat menyelesaikan skripsi. Maka dari itu, peneliti mengucapkan banyak sekali terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing peneliti selama penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta serta selaku penguji yang telah memberikan saran dan masukan yang sangat berarti untuk penelitian ini.
2. Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, M.M., Ph.D. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen.
3. Bapak Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M. dan Ibu Ika Febrilia, SE, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, bimbingan, dan juga masukan yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
4. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. dan Ibu Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M. selaku penguji yang telah memberikan masukan dan saran bagi peneliti yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan pengajaran serta kepada Staf

Fakultas Ekonomi yang telah memeberikan banyak bantuan dalam proses administrasi selama perkuliahan.

6. Kedua orang tua yakni, Ibu Zurhafni Margolang dan Alm. Bapak Ade Ilham yang selalu mendukung peneliti baik secara moral dan material untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Sahabat seperjuangan selama berkuliah, Kiki, yang selalu memberikan bantuan dan motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi.
8. Teman-teman Fakultas Ekonomi lainnya yang sedikit banyak juga telah memberikan bantuan serta dukungan untuk peneliti.
9. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu. Terima kasih telah membantu dalam penulisan skripsi ini, semoga kebaikan kalian semua dibalas oleh Tuhan YME.

Peneliti menyadari betul bahwa masih terdapat kesalahan maupun kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Peneliti berharap semoga skripsi ini nantinya dapat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya yang meneliti hal serupa. Penulisan ini menggunakan pedoman terbaru yang telah diberikan pihak Universitas Negeri Jakarta.

18 Juni 2024

Muhammad Thaher

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Teori Pendukung	12
2.1.1 <i>E-Loyalty</i>	12
2.1.2 <i>E-Service Quality</i>	14
2.1.3 <i>E-Trust</i>	16
2.1.4 <i>E-Satisfaction</i>	17
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	19
2.2.1 Kerangka Hipotesis	19
2.2.2 Pengembangan Hipotesis	20
2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu	27
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	30
3.2 Desain Penelitian	30
3.2.1 Jenis Data	31

3.3 Populasi dan Sampel	31
3.3.1 Populasi	31
3.3.2 Sampel	31
3.4 Pengembangan Instrumen	32
3.4.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	32
3.4.2 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	32
3.4.3 Variabel Mediasi (<i>Intervening Variable</i>)	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data	35
3.6 Skala Pengukuran	36
3.7 Teknik Analisis Data	36
3.7.1 Analisis Deskriptif	37
3.7.2 Uji Validitas	37
3.7.3 Uji Reliabilitas	37
3.7.4 Uji <i>fit model</i>	37
3.7.5 Uji Hipotesis	39
BAB IV PEMBAHASAN	41
4.1 Deskripsi Data	41
4.1.1 Karakteristik Responden	41
4.1.2 Analisis Deskriptif	46
4.2 Hasil Pengujian	52
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Data	52
4.2.2 <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	56
4.2.3 <i>Fitted Model</i>	61
4.2.4 Uji Hipotesis	62
4.3 Pembahasan	64
4.3.1 Intepretasi <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	64
4.3.2 Intepretasi <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	64
4.3.3 Intepretasi <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	64
4.3.4 Intepretasi <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	65
4.3.5 Intepretasi <i>E-Satisfaction</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	65
4.3.6 Intepretasi <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> melalui <i>E-Satisfaction</i>	66

4.3.7 Intepretasi <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> melalui <i>E-Satisfaction</i>	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Implikasi.....	69
5.2.1 Implikasi Teoretis	69
5.2.2 Implikasi Praktis	70
5.3 Keterbatasan Penelitian	72
5.4 Rekomendasi Penelitian Selanjutnya	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	84



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Keluhan pengguna di <i>App Store</i>	5
Tabel 1. 2 Keluhan di <i>App Store</i> terkait <i>E-Trust</i>	8
Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan	27
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	33
Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 3 <i>Goodness of Fit Indices</i>	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	43
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	44
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	45
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi di Aplikasi Zalora dalam Enam Bulan Terakhir	45
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel <i>E-Service Quality</i>	46
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel <i>E-Trust</i>	49
Tabel 4. 10 Deskriptif Variabel <i>E-Satisfaction</i>	50
Tabel 4. 11 Deskriptif Variabel <i>E-Loyalty</i>	51
Tabel 4. 12 Hasil <i>KMO and Barlett's Test</i> Variabel <i>E-Service Quality</i>	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4. 13 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>E-Service Quality</i>	53
Tabel 4. 14 Hasil <i>KMO and Barlett's Test</i> Variabel <i>E-Trust</i>	54
Tabel 4. 15 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>E-Trust</i>	54
Tabel 4. 16 Hasil <i>KMO and Barlett's Test</i> Variabel <i>E-Satisfaction</i>	54
Tabel 4. 17 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>E-Satisfaction</i>	55
Tabel 4. 18 Hasil <i>KMO and Barlett's Test</i> Variabel <i>E-Loyalty</i>	55
Tabel 4. 19 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>E-Loyalty</i>	55

Tabel 4. 20 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Service Quality</i>	57
Tabel 4. 21 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Trust</i>	58
Tabel 4. 22 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Satisfaction</i>	59
Tabel 4. 23 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Loyalty</i>	60
Tabel 4. 24 Hasil Uji <i>First Order Construct Full Model</i>	62
Tabel 4. 25 Hasil Uji Hipotesis	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah konsumen <i>e-commerce</i> di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Persaingan Toko <i>Online</i> di Indonesia.....	3
Gambar 2. 1 Skema Kerangka Teoritik Penelitian.....	19
Gambar 4. 1 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Service Quality</i>	56
Gambar 4. 2 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Trust</i>	58
Gambar 4. 3 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Satisfaction</i>	59
Gambar 4. 4 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Loyalty</i>	60
Gambar 4. 5 Hasil uji <i>t-value</i> Lisrel.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Draft Kuesioner	84
Lampiran 2. Deskripsi Responden	88
Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas	90
Lampiran 4. Uji Reliabilitas	95
Lampiran 5. <i>First Order Construct</i>	98
Lampiran 6. Uji Hipotesis	106
Lampiran 7. Hasil Kuesioner Penelitian	107
Lampiran 8. Hasil Cek Turnitin	108
Lampiran 9. Riwayat Hidup Penulis	109

