

**PENGARUH *WEBSITE QUALITY* DAN *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI *TRUST*
PLATFORM *TOP UP GAME***

FINI PANDEWIDINATA

1710622003



Intelligentia - Dignitas

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Bisnis Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2026

***THE INFLUENCE OF WEBSITE QUALITY AND E-SERVICE
QUALITY ON PURCHASE INTENTION THROUGH TRUST IN A
GAME TOP-UP PLATFORM***

FINI PANDEWIDINATA

1710622003



Intelligentia - Dignitas

**This thesis is written as one of the requirements to obtain a Bachelor of Business
degree at the Faculty of Economics and Business**

**DIGITAL BUSINESS STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS**

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2026

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 : Dena Noviarini, M.M.Si
NIP/NIDK : 197511152008122002
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Fildzah Shabrina, S.Pd., M.Kom
NIP/NIDK : 199409272024062001
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Fini Pandewidinata
No. Registrasi : 1710622003
Program Studi : S1 Bisnis Digital
Judul Skripsi : Pengaruh *Website Quality* dan *E-Service Quality*
terhadap *Purchase Intention* melalui *Trust* pada
Platform Top Up Game

untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Jakarta, 30 Maret 2026

Dosen Pembimbing I

Dena Noviarini, M.M.Si
NIP.197511152008122002

Dosen Pembimbing II

Fildzah Shabrina, S.Pd., M.Kom
NIP.199409272024062001

Mengetahui,
Koord. Program Studi S1 Bisnis Digital

Dr. Ryna Parlyna, M.B.A.
NIP.197701112008122003

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR BENTUK : SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Fini Pandewidinata
NIM : 1710622003
Program Studi/Fakultas : S1 Bisnis Digital/ Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul Penelitian : Pengaruh *Website Quality* dan *E-Service Quality* terhadap *Purchase Intention* Platform *Top Game* melalui *Trust*.

Ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan *Lulus/Tidak Lulus* * Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 17 April 2026

Tim Penguji,

Ketua Sidang	Dr. Osly Usman, M.Bus	
	NIP. 197401152008011008	
Penguji 1	Inkreswari Retno Hardini, S.Kom., M.T	
	NIP. 199502132024062001	
Penguji 2	Fauzan Fadlullah, S.Ak., M.Kom	
	NIP. 199705232024061001	
Pembimbing 1	Diena Noviarini, M.M.Si	
	NIP. 197511152008122002	
Pembimbing 2	Fildzah Shabrina, S.Pd., M.Kom.	
	NIP. 199409272024062001	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.
NIP. 197206272006041001

Koordinator Program Studi
S1 Bisnis Digital,


Dr. Ryna Parlyna, MBA
197701112008122003

PERNYATAAN ORISINALITAS

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Nama Mahasiswa : Fini Pandewidinata
NIM : 1710622003
Program Studi : S1 Bisnis Digital
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul TA : Pengaruh *Website Quality* dan *E-Service Quality* terhadap *Purchase Intention* melalui *Trust Platform Top Up Game*

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya tulis ilmiah ini.

Jakarta, 28 Juli 2026
Yang menyatakan,



METERAN
TEMPEL
105A0X141913353

Fini Pandewidinata
NIM.1710622003

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

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 : Fini Pandewidinata
NIM : 17010622003
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Bisnis Digital
Alamat email : finiidinata@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh *Website Quality* dan *E-Service Quality* terhadap *Purchase Intention* melalui *Trust*
Platform Top Up Game

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan 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, 28 Juli 2026

Penulis

(Fini Pandewidinata)

ABSTRAK

Fini Pandewidinata. Pengaruh Website Quality dan E-Service Quality terhadap Purchase Intention melalui Trust pada Platform Top Up Game: Skripsi, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, 2026

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *website quality* dan *e-service quality* terhadap *purchase intention* melalui *trust* pada pengguna platform *top up game*. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya persaingan platform *top up game* yang menuntut penyedia layanan untuk menghadirkan kualitas website dan layanan digital yang mampu membangun kepercayaan serta meningkatkan niat pembelian pengguna. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 183 responden yang merupakan pengguna platform UPOINT.ID dan dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *website quality*, *e-service quality*, dan *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Selain itu, *website quality* dan *e-service quality* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*. Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa *trust* mampu memediasi secara signifikan pengaruh *website quality* maupun *e-service quality* terhadap *purchase intention*. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas website dan kualitas layanan elektronik yang disertai dengan penguatan kepercayaan pengguna merupakan strategi penting dalam meningkatkan niat pembelian pada platform *top up game*.

Kata kunci: *website quality*, *e-service quality*, *trust*, *purchase intention*, platform *top up game*.

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Fini Pandewidinata. The Influence of Website Quality and E-Service Quality on Purchase Intention through Trust in a Game Top-Up Platform : Skripsi, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, 2026

This study aims to analyze the influence of website quality and e-service quality on purchase intention through trust among users of a game top-up platform. This research is motivated by the increasing competition among game top-up platforms, which requires service providers to deliver high-quality websites and digital services that can build user trust and enhance purchase intention. This study employed a quantitative research method with a survey approach. Data were collected through questionnaires distributed to 183 users of the UPOINT.ID platform and analyzed using the Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) method with the assistance of SmartPLS 4.0 software.

The results indicate that website quality, e-service quality, and trust have a positive and significant effect on purchase intention. In addition, website quality and e-service quality also have a positive and significant effect on trust. The mediation analysis demonstrates that trust significantly mediates the relationship between website quality and purchase intention, as well as between e-service quality and purchase intention. These findings suggest that improving website quality and electronic service quality, accompanied by strengthening user trust, is an important strategy for increasing purchase intention on game top-up platforms.

Keywords: website quality, e-service quality, trust, purchase intention, game top-up platform.

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kasih karunia, dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Pengaruh Website Quality dan E-Service Quality terhadap Purchase Intention melalui Trust pada Platform Top Up Game.*" Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis pada Program Studi S1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Ryna Parlyna, M.B.A. selaku Koordinator Program Studi S1 Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta atas arahan, motivasi, dan dukungan selama masa perkuliahan.
3. Ibu Diena Noviarini, M.M.Si. selaku Dosen Pembimbing I atas waktu, bimbingan, arahan, serta masukan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi.
4. Ibu Fildzah Shabrina, S.Pd., M.Kom. selaku Dosen Pembimbing II atas bimbingan, saran, motivasi, dan dukungan selama penyusunan skripsi.
5. Bapak Dr. Osly Usman, M.Bus. selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Ketua Sidang Skripsi atas arahan dan bimbingan selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua tercinta, Papa dan Mama, serta Abang, tante, dan paman atas doa, kasih sayang, dukungan, dan motivasi yang tiada henti.

7. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Program Studi S1 Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta atas ilmu, bantuan, dan dukungan selama penulis menempuh studi.
8. PT Nuon Digital Indonesia, khususnya Divisi Digital Games (UPOINT.ID), dan kakak- kakak Gaming House atas kesempatan magang, bekerja serta pengalaman berharga yang mendukung penyusunan skripsi.
9. Kei, Dinda, Rio, Rakha, Alex, Kinan, Winda, Adel, Manda, teman-teman Bisnis Digital C, serta seluruh mahasiswa Bisnis Digital UNJ Angkatan 2022 atas kebersamaan, semangat, dan dukungan selama perkuliahan.
10. Sahabat penulis, yaitu Sekar, Lala, Fina, Tya, Nanda, Dinda, dan Caca, atas doa, semangat, dukungan, dan kebersamaan selama penyusunan skripsi.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, doa, dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari terkait skripsi ini masih mempunyai sejumlah keterbatasan serta jauh dari kata sempurna. Maka sebabnya, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan evaluasi serta perbaikan di era mendatang. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bisa membagikan manfaat bagi pembaca serta menjadi tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang bisnis digital, khususnya yang mempunyai kaitan pada kualitas website, kualitas layanan elektronik, kepercayaan, serta minat beli pada *platform top up game*.

Jakarta, Juli 2026

Intelligentia - Dignitas

Fini Pandewidinata

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	13
1.4. Manfaat Penelitian	14
1.4.1. Manfaat Teoritis	14
1.4.2. Manfaat Praktis	14
BAB II	16
KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1 <i>Grand Theory</i>	16
2.2 Teori Pendukung	18
2.2.1. <i>Purchase Intention</i>	18

2.2.1.1 Definisi <i>Purchase Intention</i>	18
2.2.2 <i>Website Quality</i>	23
2.2.2.1 Definisi <i>Website Quality</i>	23
2.2.3 <i>E-Service Quality</i>	28
2.2.4 Perbandingan <i>Website Quality</i>	33
2.2.5 <i>Trust</i>	34
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	39
BAB III.....	55
METODE PENELITIAN	55
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	55
3.2 Populasi dan Sampel	55
3.3 Desain Penelitian.....	58
3.4 Pengembangan Instrumen	58
3.4.1 Definisi Konseptual.....	58
3.4.2 Definisi Operasional.....	60
3.4.3 Operasional Variabel	61
3.5 Pengembangan Instrumen	61
3.6 Teknik Pengumpulan Data	65
3.7 Teknik Analisis Data	67
3.7.1 <i>Outer Model</i> (Model Penegukuran).....	67
3.7.2 <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	70
BAB IV	74
HASIL SERTA PEMBAHASAN	74
4.1 Tanggapan Responden terhadap Kuesioner Penelitian	74
4.2 Karakteristik Responden	74
4.3 Deskripsi Statistik Variabel	76
4.3.1 Distribusi Frekuensi <i>Website Quality</i>	76

4.3.2 Distribusi Frekuensi <i>E-Service Quality</i>	79
4.3.3 Distribusi Frekuensi <i>Trust</i>	81
4.3.4 Distribusi Frekuensi <i>Purchase Intention</i>	84
4.4 Hasil	88
4.4.1 Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	88
4.4.2 Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	96
4.4.3 Uji Hipotesis	101
4.5 Pembahasan.....	103
4.5.1 Pengaruh <i>Website Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	103
4.5.2 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	105
4.5.3 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	107
4.5.4 Pengaruh <i>Website Quality</i> terhadap <i>Trust</i>	109
4.5.5 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Trust</i>	110
4.5.6 Pengaruh <i>Website Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Trust</i>	111
4.5.7 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Trust</i>	112
4.6 Output.....	114
4.6.1 Fitur Ulasan.....	115
4.6.2 Penyederhanaan Tampilan pada Metode Pembayaran	117
4.6.3 Tampilan Detail Pembayaran	119
BAB V KESIMPULAN.....	121
5.1 Kesimpulan	121
5.2 Implikasi Penelitian.....	124
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	124
5.2.2 Implikasi Praktis	125
5.3 Batasan Penelitian	125
5.4 Rekomendasi Penelitian.....	126
DAFTAR PUSTAKA.....	127
LAMPIRAN.....	134

RIWAYAT HIDUP PENULIS	173
-----------------------------	-----



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 10 Negara dengan Proporsi Pengguna Internet yang Bermain Games Tertinggi	2
Gambar 1. 2 Hasil Akses Menu Website UPOINT.ID	4
Gambar 1. 3 Respons Layanan UPOINT.ID Berlandaskan Interaksi Pengguna di Media Sosial.....	6
Gambar 1. 4 Hasil Pra-Survei Pengguna Mengenai Kualitas Website UPOINT.ID	8
Gambar 1. 5 Hasil Pra-Survei Pengguna Terkait Pengalaman E-Service UPOINT.ID	9
Gambar 1. 6 Hasil Pra-Survei Pengguna Mengenai Kepercayaan terhadap platform UPOINT.ID	10
Gambar 1. 7 Hasil Pra-Survei Pengguna Mengenai Niat Pembelian UPOINT.ID	11
Gambar 2. 1 Model Penelitian	54
Gambar 4. 1 Fitur yang sudah diperbarui.....	114
Gambar 4. 2 Fitur Ulasan	115
Gambar 4. 3 Metode Pembayaran	117
Gambar 4. 4 Detail Pembayaran	119

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian.....	62
Tabel 3. 2 Skala Likert	66
Tabel 3. 3 Rule of Thumb.....	72
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	74
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi <i>Website Quality</i>	76
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi E-Service Quality.....	79
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi <i>Trust</i>	81
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi <i>Purchase intention</i>	85
Tabel 4. 6 Hasil Outer Loading	89
Tabel 4. 7 HTMT (heterotrait-monotrait).....	93
Tabel 4. 8 Hasil Construct Reliability	94
Tabel 4. 9 Hasil R-Square	98
Tabel 4. 10 Hasil VIF	99
Tabel 4. 11 Model Struktural (Pengaruh Langsung)	101

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian	134
Lampiran 2 Tabulasi Hasil Kuesioner	141
Lampiran 3 Surat Persetujuan Dosen Pembimbing	166
Lampiran 4 Surat Persetujuan Sidang Proposal Skripsi.....	167
Lampiran 5 Surat Persetujuan Sidang Skripsi.....	168
Lampiran 6 Form Saran dan Perbaikan Seminar Proposal	169
Lampiran 7 Form Saran dan Perbaikan Skripsi	170
Lampiran 8 Kartu Konsultasi Pembimbingan Penulisan Skripsi.....	171
Lampiran 9 Hasil Uji Kemiripan Naskah.....	172



Intelligentia - Dignitas