

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST*
TERHADAP *E-REPURCHASE INTENTION* MELALUI *E-CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA APLIKASI
ONLINE *GROCERY***

NABILAH RAMANITA

1705622149



**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2026

***THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY AND E-TRUST ON
E-REPURCHASE INTENTION THROUGH E-CUSTOMER
SATISFACTION AMONG USERS OF THE ONLINE GROCERY
APP***

NABILAH RAMANITA

1705622149



***This undergraduate thesis is submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Bachelor of Management at the Faculty of Economics and
Business, State University of Jakarta.***

MANAGEMENT STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

STATE UNIVERSITY OF 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 : Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M
NIP/NIDK : 1972066272006041001
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A
NIP/NIDK : 199111022022032013
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Nabilah Ramanita
No. Registrasi : 1705622149
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *E-Repurchase Intention* melalui dan *E-Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Aplikasi Online Grocery

untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Dosen Pembimbing I

Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M
1972066272006041001

Jakarta, 06 Juli 2026

Dosen Pembimbing II

Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A
199111022022032013

Mengetahui,
Koord. Program Studi S1 Manajemen

Dr. M. Edo Suryawan Syegar, S.E., M.B.A
NIP. 197201252002121002

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR BENTUK : SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nabilah Ramanita
NIM : 1705622149
Program Studi/Fakultas : S1 Manajemen/Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul Penelitian : Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *E-Repurchase Intention* melalui *E-Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Aplikasi *Online Grocery*

Ini telah dipertahankan di hadapan dewan penguji dan dinyatakan *Lulus/Tidak Lulus**
Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 24 Juli 2026

Tim Penguji,

Ketua Penguji	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D. NIP 197412212008121001	
Penguji 1	Dr. Ryna Parlyna, M.B.A. NIP 197701112008122003	
Penguji 2	Prima Andriani, S.E., M.Sc. NIP 199401072024062001	
Pembimbing 1	Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM NIP 197206272006041001	
Pembimbing 2	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A. NIP 199111022022032013	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,


Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.
NIDN/NUPTK. 0027067204

Koordinator Program Studi S1 Manajemen,


Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A.
NIDN/NUPTK. 0025017203

*Coret yang tidak diperlukan.

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Nama Mahasiswa : Nabilah Ramanita
NIM : 1705622149
Program Studi : S1 MANAJEMEN
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul TA : Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *E-Repurchase Intention* melalui *E-Customer Satisfaction* pada Pengguna Aplikasi Online Grocery

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, 11 Agustus 2026

Yang menyatakan,



(Nabilah Ramanita)

NIM. 1705622149

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 : Nabilah Ramanita
NIM : 1705622149
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Alamat email : nabilahramanita@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 E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Repurchase Intention melalui E-Customer Satisfaction pada Pengguna Aplikasi Online Grocery

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, 12 Agustus 2016

Penulis


(Nabilah Ramanita)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-repurchase intention*, baik secara langsung maupun melalui *e-customer satisfaction*, berdasarkan *Expectation Confirmation Theory* (ECT), pada pengguna aplikasi online *grocery* Astro. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 260 responden yang merupakan masyarakat wilayah Jakarta, Bekasi, Depok, Tangerang, dan Tangerang Selatan (Jadetabek) yang pernah bertransaksi melalui aplikasi Astro, ditentukan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan *teknik purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* berbasis kovarians (CB-SEM) dengan bantuan perangkat lunak AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* dan *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction*. *E-trust* dan *e-customer satisfaction* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-repurchase intention*, sedangkan *e-service quality* tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *e-repurchase intention*. Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa *e-customer satisfaction* memediasi secara penuh (*full mediation*) pengaruh *e-service quality* terhadap *e-repurchase intention*, serta memediasi secara parsial (*partial mediation*) pengaruh *e-trust* terhadap *e-repurchase intention*. Temuan ini memperkuat penerapan *Expectation Confirmation Theory* (ECT) dalam menjelaskan peran kepuasan pelanggan dalam membentuk niat pembelian ulang pada layanan online *grocery*.

Kata kunci: *e-customer satisfaction*, *e-repurchase intention*, *e-service quality*, *e-trust*.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of e-service quality and e-trust on e-repurchase intention, both directly and indirectly through e-customer satisfaction, based on the Expectation Confirmation Theory (ECT), among users of the Astro online grocery application. This study employed a quantitative approach using a survey method. The sample consisted of 260 respondents from Jakarta, Bekasi, Depok, Tangerang, and South Tangerang (Jabodetabek) who had made transactions through the Astro application. The respondents were selected using a non-probability sampling method with a purposive sampling technique. The data were analyzed using Covariance-Based Structural Equation Modeling (CB-SEM) with the assistance of AMOS software. The results indicate that e-service quality and e-trust have a positive and significant effect on e-customer satisfaction. E-trust and e-customer satisfaction also have a positive and significant effect on e-repurchase intention, whereas e-service quality does not have a significant direct effect on e-repurchase intention. The mediation analysis reveals that e-customer satisfaction fully mediates the relationship between e-service quality and e-repurchase intention, while it partially mediates the relationship between e-trust and e-repurchase intention. These findings reinforce the application of Expectation Confirmation Theory (ECT) in explaining the role of customer satisfaction in shaping repurchase intention in online grocery services.

Keywords: *e-customer satisfaction, e-repurchase intention, e-service quality, e-trust.*

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, dan kemudahan yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Repurchase Intention melalui E-Customer Satisfaction pada Pengguna Aplikasi Online Grocery*" ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa doa, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran, dan kemudahan di setiap langkah, sehingga penulis mampu menuntaskan skripsi ini dari awal hingga akhir.
2. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, yang telah memberikan fasilitas dan dukungan kelembagaan bagi kelancaran studi penulis.
3. Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, atas arahan akademik yang diberikan selama masa perkuliahan.
4. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I, yang dengan penuh kesabaran meluangkan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk

membimbing, mengoreksi, serta memberikan masukan berharga sejak tahap awal penelitian hingga skripsi ini rampung.

5. Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A, selaku Dosen Pembimbing II, yang senantiasa memberikan saran, kritik membangun, dan semangat yang sangat berarti bagi penyempurnaan skripsi ini.
6. Bapak tercinta, Bapak Wagimin sosok yang selalu menjadi kekuatan dan panutan bagi penulis. Terima kasih atas kerja keras, dukungan materiil maupun moril, serta kepercayaan yang tak pernah putus diberikan kepada penulis untuk terus melangkah hingga sejauh ini.
7. Ibu tercinta, Ibu Siti Sundari, sosok yang selalu menjadi kekuatan dan panutan bagi penulis. Terima kasih atas kerja keras, dukungan materiil maupun moril, serta kepercayaan yang tak pernah putus diberikan kepada penulis untuk terus melangkah hingga sejauh ini.
8. Sahabat dan teman-teman seperjuangan, yang telah menjadi tempat berbagi cerita, tawa, semangat, dan proses belajar bersama serta selalu hadir mengingatkan penulis untuk tidak menyerah di tengah proses yang panjang ini.
9. Seluruh responden penelitian, yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi mengisi kuesioner, sehingga data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dapat terkumpul dengan lengkap dan baik.
10. Terakhir, kepada diri sendiri, yang telah berjuang, bertahan, dan tidak menyerah di tengah lelah dan keraguan, hingga akhirnya mampu

menyelesaikan setiap tahapan penyusunan skripsi ini dengan penuh tanggung jawab.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di kemudian hari. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis, pembaca, maupun pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 12 Juli 2026

Nabilah Ramanita



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13

BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1 Teori Pendukung.....	15
2.1.1 <i>Expectation Confirmation Theory</i>	15
2.1.2 <i>E-Repurchase Intention</i>	16
2.1.3 <i>E-Customer Satisfaction</i>	19
2.1.4 <i>E-Service Quality</i>	20
2.1.5 <i>E-Trust</i>	24
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	25
2.3 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	28
2.3.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	28
2.3.2 Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	29
2.3.3 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	30
2.3.4 Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	31
2.3.5 Pengaruh <i>E-Customer Satisfaction</i> terhadap <i>E-Repurchase Intention</i> ..	32
2.3.6 <i>E-Customer Satisfaction</i> memediasi <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	33
2.3.7 <i>E-Customer Satisfaction</i> memediasi <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	34
2.4 Kerangka Konseptual.....	35
2.5 Hipotesis Penelitian	36

BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
3.2 Desain Penelitian.....	38
3.3 Populasi dan Sampel.....	39
3.3.1 Populasi	39
3.3.2 Sampel.....	39
3.4 Pengembangan Instrumen.....	41
3.4.1 Variabel Penelitian	41
3.4.2 Operasional Variabel	43
3.4.3 Skala Pengukuran.....	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data	49
3.6 Teknik Analisis Data	50
3.6.1 Uji Validitas	51
3.6.2 Uji Relibilitas.....	51
3.6.3 Uji Kelayakan Model	52
3.6.4 Uji Hipotesis	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	97
4.1 Deskripsi Data.....	97
4.1.1 Karakteristik Responden	97
4.1.2 Analisis Deskriptif.....	106

4.2 Hasil.....	115
4.2.1 Uji Validitas	115
4.2.2 Uji Reliabilitas	117
4.2.3 Uji Kelayakan Model	118
4.2.4 Uji Hipotesis	124
4.3 Pembahasan.....	128
4.3.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	128
4.3.2 Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	130
4.3.3 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	131
4.3.4 Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	132
4.3.5 Pengaruh <i>E-Customer Satisfaction</i> terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	133
4.3.6 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Repurchase Intention</i> melalui <i>E-Customer Satisfaction</i>	135
4.3.7 Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Repurchase Intention</i> melalui <i>E-Customer</i> <i>Satisfaction</i>	136
BAB V KESIMPULAN.....	138
5.1 Kesimpulan	138
5.2 Implikasi	139
5.2.1 Implikasi Teoritis	139
5.2.2 Implikasi Praktis	140

5.3 Keterbatasan Penelitian.....	141
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	142
DAFTAR PUSTAKA	143
LAMPIRAN	151



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proyeksi quick commerce Indonesia (2016-2031).....	2
Gambar 1.2 <i>Users quick commerce</i> Indonesia (2020-2029).....	3
Gambar 1.3 <i>Rank quick commerce</i> Indonesia.....	4
Gambar 4.1 Full Model	119
Gambar 4.2 Fitted Model	121



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ulasan Pengguna Astro	7
Tabel 1.2 Ulasan Pengguna Astro	8
Tabel 2.1 Hasil Penelitian yang Relevan.....	25
Tabel 2.2 Hipotesis Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3.1 Operasional Variabel <i>E-Service Quality</i>	44
Tabel 3.2 Operasional Variabel <i>E-Trust</i>	45
Tabel 3.3 Operasional Variabel <i>E-Customer Satisfaction</i>	46
Tabel 3.4 Operasional Variabel <i>E-Repurchase Intention</i>	47
Tabel 3.5 Skala Likert	48
Tabel 3.6 <i>Goodness of Fit Indices</i>	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	98
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	99
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Domisili	100
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	101
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	103
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	104
Tabel 4.7 Data Responden Berdasarkan Pendapatan	105
Tabel 4. 8 Data Analisis Deskriptif <i>E-Service Quality</i>	107
Tabel 4.9 Data Analisis Deskriptif <i>E-Trust</i>	109
Tabel 4.10 Data Analisis Deskriptif <i>E-Customer Satisfaction</i>	111
Tabel 4.11 Data Analisis Deskriptif <i>E-Repurchase Intention</i>	113

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas dan AVE	115
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	117
Tabel 4.14 Hasil Full Model.....	119
Tabel 4.15 Hasil Fitted Model	122
Tabel 4.16 Pernyataan Indikator	123
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis.....	125
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis Mediasi	127



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	151
Lampiran 2. Deskripsi Responden.....	153
Lampiran 3. Uji Validitas	159
Lampiran 4. Uji AVE dan Reliabilitas	159
Lampiran 5. Uji Kelayakan Model AMOS	159
Lampiran 6. Uji Hipotesis	161
Lampiran 7. Uji Mediasi	162
Lampiran 8. Tabulasi Data	163
Lampiran 9. Hasil Plagiasi	166
Lampiran 10. Riwayat Hidup	167