



**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, *E-SERVICE QUALITY*, DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN VARIABEL
INTERVENING KEPUASAN PELANGGAN PADA KONSUMEN
BUKALAPAK DI KABUPATEN KUDUS**

Oleh :

MUHAMMAD JUNDAN SAIFUL BAKHTIAR

NIM 2016-11-486

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2020



**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, *E-SERVICE QUALITY*, DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN VARIABEL
INTERVENING KEPUASAN PELANGGAN PADA KONSUMEN
BUKALAPAK DI KABUPATEN KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

MUHAMMAD JUNDAN SAIFUL BAKHTIAR

NIM 2016-11-486

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2020

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, *E-SERVIE QUALITY*, DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN VARIABEL
INTERVENING KEPUASAN PELANGAN PADA KONSUMEN
BUKALAPAK DI KABUPATEN KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 11 Agustus 2020

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing 1

Dina Lusianti SE., MM., AAK
NIDN. 0630098401

Dr. Drs. H Zainuri., M.M
NIDN. 0615076301

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing 2



Mochamad Edris, Drs., MM
NIDN. 0618066201

Iwan Suroso., S.E., M.M
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Carilah ilmu sekalipun di negeri Cina, karena sesungguhnya mencari ilmu itu wajib bagi seorang muslim laki-laki dan perempuan. Dan sesungguhnya para malaikat menaungkan sayapnya kepada orang yang menuntut ilmu karena ridho terhadap amal perbuatannya “(H.R Ibnu Abdul Barr)

Persembahan:

1. Allah SWT yang telah melancarkan dan memberi jalan dalam segala urusan sehingga tugas akhir perkuliahan ini dapat terselesaikan dengan lancar dan baik.
2. Kedua orang tuaku tercinta, bapak Saifullah dan ibu Rochis Aflichah yang telah mendidiku dari kecil hingga sekarang, terima kasih atas dukungan moril dan materil selama ini.
3. Kakakku tersayang Nida Saifatul Munawaroh yang telah memberiku support menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman dekatku yang selalu mensupport dan selalu ada saat aku membutuhkan bantuannya.
5. Sahabat-sahabat baikku yang selalu ada disaatku membutuhkan kalian dan selalu ada untukku.

6. Teman-teman keluarga HMJM Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus angkatan tahun 2017/2018 dan angkatan tahun 2018/2019 yang telah memberikan banyak pengalaman berharga, memberi saran dan motivasinya selama menuntut ilmu di Universitas Muria Kudus.

7. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2016.

8. Almamater Universitas Muria Kudus



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala, Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah, serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Website, E-Service Quality, dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Bukalapak di Kabupaten Kudus “** ini dengan lancar. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat akademi dalam mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Keberhasilan penulis ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendukung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada berbagai pihak, yang terhormat kepada :

1. Dr. H. Suparno, SH, MS., selaku Rektor Universitas Muria Kudus
2. Dr. H. Mochamad Edris, Drs., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Dina Lusianti, SE., MM., AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
4. Dr. Drs. H Zainuri,. M.M, selaku Dosen Pembimbing 1, yang telah menyempatkan waktu untuk memberikan bimbimngannya, arahan dan konsultasi dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas bimbingan, ilmu serta yang telah diberikan. Semoga Allah SWT selalu membalas dengan kebaikan dan keberkahan. Amin.

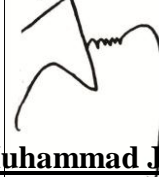
5. Iwan Suroso,. S.E,. M.M., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah menyempatkan waktu untuk memberikan bimbingannya, arahan, serta konsultasi dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas bimbingan, ilmu, dan saran yang telah diberikan, semoga Allah SWT selalu membalas dengan kebaikan dan keberkahan, Amin.
6. Seluruh dosen Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
7. Keluarga besar saya, khususnya orangtua dan kakak saya yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan moral maupun moral
8. Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen
9. Sahabat-sahabat terbaik serta orang terdekatku yang selalu memberikan dukungan serta dorongan, bantuan serta semangat dan motivasi yang telah diberikan.

Penulis mengakui bahwa sepenuhnya penulisan skripsi ini masih membutuhkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan tambahan kepada para pembacanya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kudus, Juli 2020

Penulis



Muhammad Jundan S.B

201611486

**PENGARUH KUALITAS WEBSITE, E-SERVIE QUALITY, DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN VARIABEL
INTERVENING KEPUASAN PELANGGAN PADA KONSUMEN
BUKALAPAK DI KABUPATEN KUDUS**

MUHAMMAD JUNDAN SAIFUL BAKHTIAR

2016-11-486

Pembimbing

1. Dr. Drs. H Zainuri,. M.M

2. Iwan Suroso,. S.E,. M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas *website*, *e-service quality* dan harga terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada konsumen Bukalapak di Kabupaten Kudus. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *marketplace* Bukalapak di Kabupaten Kudus. Sampel pada penelitian ini didapat sebanyak 150 responden konsumen Bukalapak di Kabupaten Kudus dengan pengambilan sampel menggunakan metode Hair. Pengumpulan data diperoleh dari dokumentasi di internet dan penyebaran kuisioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data SEM melalui program AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas *website* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, selanjutnya *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variable selanjutnya ada harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel selanjutnya ada kualitas *website yang* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Selanjutnya ada *e-service quality* yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Pada variable selanjutnya ada harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Variabel yang terakhir ada kepuasan pelanggan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan pelanggan yang menjadi variabel intervening dari kualitas *website*, *e-service quality*, dan harga terhadap loyalitas konsumen memiliki kekuatan yang lemah sebagai variabel *intervening*.

Kata kunci : kualitas *website*, *e-service quality*, harga, kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen

**THE INFLUENCE OF WEBSITE QUALITY, E-SERVIE QUALITY, AND
PRICE ON CONSUMER LOYALTY BY INTERVENING VARIABLE
CUSTOMER SATISFACTION ON BUKALAPAK CONSUMERS IN KUDUS
REGENCY**

MUHAMMAD JUNDAN SAIFUL BAKHTIAR

2016-11-486

Pembimbing

1. Dr. Drs. H Zainuri,. M.M

2. Iwan Suroso,. S.E,. M.M

**UNIVERSITY OF MURIA KUDUS FACULTY OF ECONOMIC AND
BUSINESS STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT**

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of website quality, e-service quality and price on consumer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable on Bukalapak consumers in Kudus Regency. This research uses qualitative and quantitative methods. The population in this study is Bukalapak marketplace users in Kudus Regency. Samples in this study were obtained as many as 150 Bukalapak consumer respondents in Kudus Regency by taking samples using the Hair method. Data collection was obtained from documentation on the internet and the distribution of questionnaires. Data analysis techniques in this study used SEM data analysis through the AMOS program. The results of this study indicate that website quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, then e-service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. The next variable there is the price of a positive and significant effect on customer satisfaction. The next variable is the quality of the website which has a positive and significant effect on customer loyalty. Then there is e-service quality which has a positive and significant effect on consumer loyalty. In the next variable there is a negative and no significant effect on consumer loyalty. The last variable that is customer satisfaction has a negative and not significant effect on customer loyalty. Customer satisfaction as an intervening variable of website quality, e-service quality, and price on consumer loyalty has weak strength as an intervening variable

Keyword : website quality, e-service quality, price, customer satisfaction, consumer loyalty

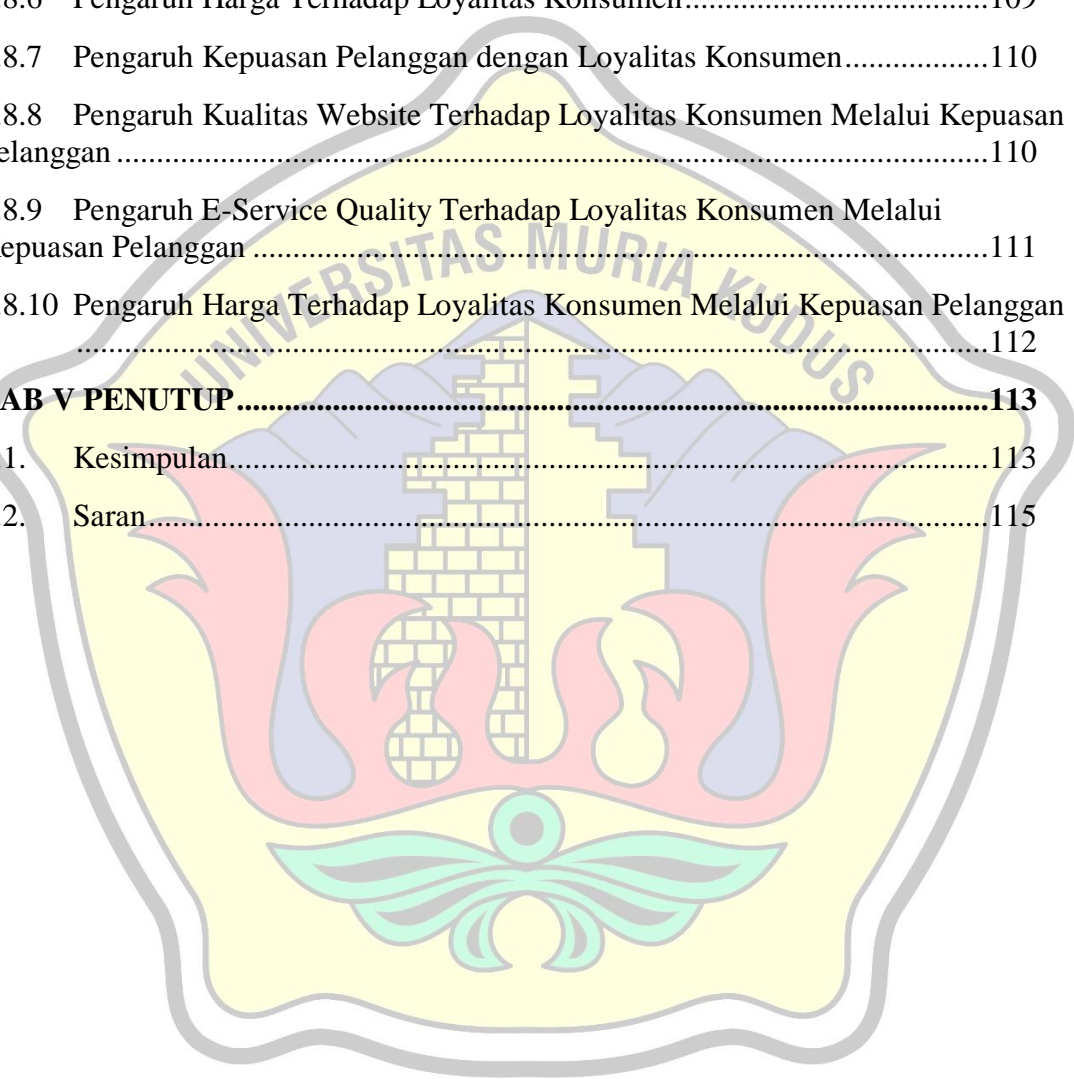
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUL	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	19
1.3. Perumusan Masalah.....	20
1.4. Tujuan Penelitian.....	22
1.5. Manfaat Penelitian.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	24
2.1. E-Commerce.....	24
2.3. Kualitas Website	27
2.4. E-Service Quality	29
2.5. Harga	31
2.6. Kepuasan Pelanggan	34
2.7. Loyalitas Konsumen.....	37
2.8. Penelitian Terdahulu	40
2.9. Hubungan Antar Variabel	47
2.8.1. Hubungan antara Kualitas Website dan Kepuasan Pelanggan	47
2.8.2. Hubungan antara E-service Quality dan Kepuasan Pelanggan	48
2.8.3. Hubungan antara Harga dan Kepuasan Konsumen.....	49
2.8.4. Hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen	50
2.8.5. Hubungan antara Kualitas Website dan Loyalitas Konsumen	51

2.8.6. Hubungan antara E-service Quality dan Loyalitas Konsumen	52
2.8.7. Hubungan Harga dan Loyalitas Konsumen.....	53
2.10. Kerangka Pikir Teoritis	55
2.11. Hipotesis.....	56
BAB III METODE PENELITIAN	58
3.1. Rancangan penelitian	58
3.2. Variabel Penelitian	58
3.2.1. Macam Variabel	58
3.2.2. Definisi Operasional Variabel.....	59
3.2.2.1. Kualitas Website.....	59
3.2.2.2. E-Service Quality.....	61
3.2.2.3. Harga.....	62
3.2.2.4. Kepuasan Pelanggan.....	63
3.2.2.5. Loyalitas Konsumen	65
3.3. Jenis dan Sumber Data	66
3.3.1. Jenis data.....	66
3.3.2. Sumber data	67
3.3.2.1. Data Primer.....	67
3.3.2.2. Data Sekunder.....	67
3.4. Populasi	67
3.4.1. Populasi.....	67
3.4.2. Sampel.....	68
3.5. Pengumpulan data	68
3.6. Pengolahan Data.....	70
3.6.1. Coding	70
3.6.2. Scoring	70
3.6.3. Tabulating.....	70
3.6.4. Editing	71
3.6.5. Input Data ke Komputer	71

3.7.	Uji Instrument Penelitian	71
3.8.	Metode dan Teknik Analisis Data.....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		81
4.1.	Hasil Peneltian.....	81
4.1.1.	Sejarah Singkat E-Commerce Bukalapak	81
4.1.2.	Visi dan Misi Bukalapak	82
4.1.3.	Lembaga Status dan Profil	82
4.2.	Penyajian Data.....	83
4.2.1	Karakteristik Responden	83
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	86
4.2.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Website (X1)	86
4.2.2.2	Tanggapan Responden Terhadap E-Service Quality (X2)	87
4.2.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Harga (X3)	88
4.2.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1)	89
4.2.2.5	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Konsumen (Y2)	90
4.3.	Analisis Data	91
4.3.1	Analisis Konfirmatori.....	92
4.3.1.1	Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen	93
4.3.1.2	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen.....	94
4.3.1.3	Analisis Konfirmatori Faktor Endogen	95
4.3.1.3.1	Konfirmatori Konstruk Variabel Endogen.....	97
4.3.1.4	Analisis Struktural Equation Modelling (SEM).....	98
4.4.	Uji Normalitas	99
4.5.	Uji Hipotesis.....	101
4.6.	Pengaruh Langsung (Direct) dan Pengaruh Tidak Langsung (Indirect) ..	104
4.6.1	Besarnya Direct Effect	104
4.6.2	Besarnya Indirect Effect dan Total Effect.....	104
4.7.	Uji Mediasi.....	105
4.8.	Pembahasan.....	106

4.8.1	Pengaruh kualitas website dengan kepuasan pelanggan	106
4.8.2	Pengaruh E-Service Quality dengan Kepuasan Pelanggan	107
4.8.3	Pengaruh Harga dengan Kepuasan Pelanggan	108
4.8.4	Pengaruh Kualitas Website dengan Loyalitas Konsumen.....	108
4.8.5	Pengaruh E-Service Quality dengan Loyalitas Konsumen	109
4.8.6	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	109
4.8.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Konsumen.....	110
4.8.8	Pengaruh Kualitas Website Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan	110
4.8.9	Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan	111
4.8.10	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan	112
BAB V PENUTUP.....		113
5.1.	Kesimpulan.....	113
5.2.	Saran.....	115



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Barang	9
Tabel 1.2 Data pengunjung E-Commerce Kuartal Keempat 2018 (Oktober – Desember)	12
Tabel 1.3 Data Pengunjung E-Commerce Kuartal Pertama 2019 (Januari – Maret 2019)	13
Tabel 1.4 Data Pengunjung E-Commerce Kuartal kedua 2019 (April - Juni 2019)	14
Tabel 1.5Data pengunjung E-Commerce Kuartal ketiga 2019 (Juni – Agustus 2019)	15
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	84
Tabel 4.2 Usia Responden.....	84
Tabel 4.3 Domisili Kecamatan Responden.....	85
Tabel 4.4 Pengalaman Transaksi Belanja	86
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Website (X1)	87
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap E-Service Quality (X2).....	88
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Harga (X3).....	89
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1)	90
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Konsumen (Y2)	91
Tabel 4.9 Uji Model Goodness Of Fit Variabel Eksogen	94
Tabel 4.10 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	95
Regression Weihts: (Group number 1- Default model).....	95
Tabel 4.11 Uji Model Goodness Of Fit Variabel Endogen.....	96
Tabel 4.12 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	97
Tabel 4.13 Uji Model Goodness Of Fit.....	99
Tabel 4.14 Uji Normalitas.....	100
Tabel 4.15 Scholar Estimates (Group number 1- Default model) Maximum Likelihood Estimated.....	101
Regression Weights: (Group number 1- Default model).....	101
Tabel 4.16 Hasil Estimasi Direct Effect.....	104
Tabel 4.17 Hasil Estimasi Indirect Effect dan Total Effect	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Negara Pengguna Internet Terbesar di Dunia	2
Gambar 1.2 Tampilan Website Bukalapak	6
Gambar 1.3 Contoh ulasan / komentar negatif pelanggan setelah membeli barang di pelapak Bukalapak	16
Gambar 1.4 Contoh Komplain Konsumen Bukalapak.....	17
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	55
Gambar 4.1 Grafik Output Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen.....	93
Gambar 4.2 Grafik Output Analisis Konfirmatori Variabel Endogen	96
Gambar 4.3 Model Path Diagram Hasil Penelitian.....	98

