



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST*
TERHADAP *E-LOYALTY* DENGAN *E-SATISFACTION*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**(STUDI PADA PELANGGAN TOKOPEDIA DESA
KRAMAT KEC. DEMPET KAB. DEMAK)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Luk Luul Chadiroh

NIM. 201811367

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

TAHUN 2024



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST*
TERHADAP *E-LOYALTY* DENGAN *E-SATISFACTION*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA PELANGGAN TOKOPEDIA DESA
KRAMAT KEC. DEMPET KAB. DEMAK)**

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

Oleh:

Luk Luul Chadiroh

NIM. 201811367

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP *E-LOYALTY* DENGAN *E-SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA PELANGGAN TOKOPEDIA DESA KRAMAT KEC. DEMPET KAB. DEMAK)**

Nama : Luk Luul Chadhiroh

NIM : 201811367

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Pembimbing I



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

Pembimbing II



(Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM)
NIDN. 0022038001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP *E-LOYALTY* DENGAN *E-SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA PELANGGAN TOKOPEDIA DESA KRAMAT KEC. DEMPET KAB. DEMAK)**

Nama : Luk Luul Chadhiroh

NIM : 201811367


Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi


Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Mengetahui
Ketua Program Studi


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



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

Mengetahui




(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II


(Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM)
NIDN. 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

"Dan mintalah pertolongan dengan sabar dan sholat."
(Q.S Al Baqarah: 45)

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu”
(Umar Bin Khatab)

“Apa yang kamu bayangkan itu, yang akan terjadi”
(Lulu chr)

“Be kind, be humble, be the love”
(SMTOWN)

Persembahan:

Puji dan syukur Alhamdulillah saya limpahkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, ridho dan kemudahan. Dengan ini Skripsi ini Saya Persembahkan Kepada:

1. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orangtua, ayahanda Ahmad Basori dan ibunda Zulafin yang tidak pernah putus untuk selalu mendoakan dan berjuang tanpa kata lelah demi anak – anaknya tanpa kekurangan kasih sayang. Doa dan keikhlasan kalian telah mengantarkan anakmu ini untuk dapat mewujudkan mimpinya.
2. Skripsi ini saya persembahkan untuk adik – adik saya yang telah menjadi pengobat rasa lelah dan semangat.

ABSTRAKSI

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP *E-LOYALTY* DENGAN *E-SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA PELANGGAN TOKOPEDIA DESA KRAMAT KEC. DEMPET KAB. DEMAK)**

**LUK LUUL CHADIROH
NIM 201811367**

Dosen Pembimbing : 1. Dina Lusianti, SE., MM., AAK.

2. Indah Dwi Prasetyaningrum., SE, MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-loyalty* dengan *e-satisfaction* sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Tokopedia yang ada di Desa Kramat Kec. Gajah Kab. Demak. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 154 responden yang telah dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan program AMOS. Hasil penelitian menyatakan jika *e-service quality*, *e-trust* dan *e-satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction*, *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty*, *e-trust* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *e-loyalty* serta *e-service quality* mampu menjadi variabel intervening pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-loyalty*.

Kata Kunci : *e-service quality*, *e-trust*, *e-satisfaction* dan *e-loyalty*.

ABSTRACT

***THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY AND E-TRUST ON E-LOYALTY
WITH E-SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE
(STUDY ON TOKOPEDIA CUSTOMERS IN KRAMAT VILLAGE, KEC.
DEMPET, KAB. DEMAK)***

**LUK LUUL CHADIROH
NIM 201811367**

Dosen Pembimbing : 1. Dina Lusianti, SE., MM., AAK.

2. Indah Dwi Prasetyaningrum., SE, MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

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

The purpose of this research is to analyze the effect of e-service quality and e-trust on e-loyalty with e-satisfaction as an intervening variable. The population in this study were all Tokopedia users in Kramat Village, Kec. Elephant District Demak. The sample in this study amounted to 154 respondents who had been selected using a purposive sampling technique. The data analysis used was Structural Equation Modeling (SEM) analysis using the AMOS program. The results of the study state that e-service quality, e-trust and e-satisfaction have a positive and significant effect on e-satisfaction, e-service quality has a positive and significant effect on e-loyalty, e-trust has a positive and insignificant effect on e-loyalty and e-service quality can be an intervening variable between e-service quality and e-trust on e-loyalty.

Keywords: e-service quality, e-trust, e-satisfaction and e-loyalty.

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur Saya haturkan kepada Allah SWT, sebab berkat restu-Nya Saya dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap *E-Loyalty* Dengan *E-Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Tokopedia Desa Kramat Kec. Dempet Kab. Demak)”**. Penulisan tugas akhir ini dilaksanakan untuk memenuhi persyaratan akademis guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Universitas Muria Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Konsentrasi Manajemen Pemasaran. Saya sadar jika dalam penyelesaian tugas ini dapat terlaksana dengan baik berkat bimbingan serta bantuan dari beberapa pihak. Maka dari itu, ijinkan Saya menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E.,M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dina Lusianti, SE., MM., AAK selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia memberikan bimbingan, arahan, masukan dan konsultasi dalam penyusunan skripsi ini.

5. Indah Dwi Prasetyaningrum., SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan bimbingan, arahan, masukan dan konsultasi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bismis, Universitas Muria Kudus.
7. Kedua orang tua saya tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa dan dukungan, serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup saya.

Skripsi ini jauh dari kata sempurna, sehingga kritik serta saran yang baik sangat diperlukan. Saya berharap semoga hasil dari tugas ini dapat membawa manfaat bagi para pembaca dan pihak yang membutuhkan.

Kudus, 05 Februari 2024

Penulis



Luk Luul Chadiroh

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
ABSTRAKSI.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	9
1.3. Perumusan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	11
1.5.2. Manfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Landasan Teori.....	12
2.1.1. <i>Electronic Marketing</i>	12
2.1.2. <i>E-Loyalty</i>	14
2.1.3. <i>E-Satisfaction</i>	19
2.1.4. <i>E-Service Quality</i>	23
2.1.5. <i>E-Trust</i>	27
2.2. Pengaruh Antar Variabel.....	30
2.2.1. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	30
2.2.2. Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	30

Halaman

2.2.3. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	31
2.2.4. Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	32
2.2.5. Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	33
2.3. Penelitian Terdahulu	33
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis	38
2.5. Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1. Rancangan Penelitian.....	40
3.2. Variabel Penelitian.....	40
3.2.1. Variabel Eksogen (X).....	40
3.2.2. Variabel Endogen (Y)	40
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	41
3.3.1. <i>E-Service Quality</i> (X1).....	41
3.3.2. <i>E-Trust</i> (X2)	42
3.3.3. <i>E-Satisfaction</i> (Y1).....	42
3.3.4. <i>E-Loyalty</i> (Y2).....	42
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	43
3.4.1. Jenis Data	43
3.4.2. Sumber Data.....	43
3.5. Populasi, Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	43
3.5.1. Populasi	43
3.5.2. Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	44
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	44
3.7. Uji Instrumen Penelitian	45
3.7.1. Uji Validitas	45
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	46
3.8. Pengolahan Data	47
3.9. Analisis Data	48

Halaman

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1. Gambaran Objek Penelitian	555
4.2. Hasil Penelitian	55
4.3. Uji Instrumen Penelitian	63
4.4. Analisis Data	65
4.4.1. Hasil Analisis Atas Asumsi-Asumsi SEM	65
4.4.2. Analisis Faktor Konfirmatori	68
4.5. Pembahasan.....	81
4.5.1. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i>	83
4.5.2. Pengaruh <i>E-Trust</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i>	88
4.5.3. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i> melalui <i>E-satisfaction</i> .	90
4.5.4. Pengaruh <i>E-Trust</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i> melalui <i>E-satisfaction</i>	91
BAB V PENUTUP	93
5.1. Kesimpulan	93
5.2. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	102

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Pengunjung <i>E-commerce</i> di Indonesia Tahun 2021 dan 2022	2
Tabel 1.2 Hasil Survei Ipsos SEA Ahead Persaingan <i>E-commerce</i> di Indonesia Tahun 2021	4
Tabel 1.3 Ulasan Pelanggan Tokopedia Mengenai <i>E-Satisfaction</i>	5
Tabel 1.4 Ulasan Pelanggan Tokopedia Mengenai <i>E-Service Quality</i>	6
Tabel 1.5 Ulasan Pelanggan Tokopedia Mengenai <i>E-trust</i>	7
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4.2 Umur Responden.....	57
Tabel 4.3 Frekuensi Berkunjung Responden	58
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Service Quality</i>	59
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-trust</i>	60
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-satisfaction</i>	61
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Loyalty</i>	62
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Construct Reliability</i> dan <i>Average Variance Extract</i>	64
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	65
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Assesment of Normality</i>	66
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Oulier</i>	67
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen.....	69
Tabel 4.13 Hasil <i>Loading Factor</i> Variabel Eksogen	70
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Full Model</i>	71
Tabel 4.15 Hasil <i>Loading Factor</i> Variabel Endogen	72
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen.....	74
Tabel 4.17 Hasil Estimasi <i>Standardized Regression Weight Parameter Direct Effect</i>	75
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>Squarred Multiple Corellation</i>)	77
Tabel 4.19 Hasil Estimasi Pengaruh Langsung.....	78
Tabel 4.20 Hasil Estimasi Pengaruh Tidak Langsung	80

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4.1 Produk Tokopedia	54
Gambar 4.2 Layanan Tokopedia <i>Care</i>	55
Gambar 4.3 Variabel Eksogen	68
Gambar 4.4 Variabel Endogen	69
Gambar 4.5 <i>Full Measurement</i>	73
Gambar 4.6 Full Model	74

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 2 Data Responden.....	101
Lampiran 3 Hasil Tabulasi Data Jawaban Responden.....	105
Lampiran 4 Hasil Spss Frekuensi Jawaban Responden.....	119
Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen Penelitian	124
Lampiran 6 Hasil Ouput Amos Variabel Eksogen.....	125
Lampiran 7 Hasil Ouput Amos Variabel Endogen	126
Lampiran 8 Hasil Ouput Amos <i>Full Measurement</i>	128
Lampiran 9 Hasil Output Amos <i>Full Model</i>	130
Lampiran 10 Surat Penelitian.....	130