



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST*
TERHADAP *E-LOYALTY* MELALUI *E-SATISFACTION*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA
PENGGUNA APLIKASI BUKALAPAK DI KUDUS)**

Oleh :

NABILA AGUSTINA

NIM. 202011015

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



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST*
TERHADAP *E-LOYALTY* MELALUI *E-SATISFACTION*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA
PENGGUNA APLIKASI BUKALAPAK DI KUDUS)**

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

Oleh:

NABILA AGUSTINA

202011015

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

TAHUN 2024

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP *E-LOYALTY* MELALUI *E-SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI BUKALAPAK DI KUDUS)

Nama : Nabila Agustina
NIM : 202011015
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,

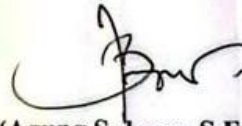
Pembimbing I



(Mira Meilia Marka, S.E., M.M)

NIDN. 0606058801

Pembimbing II



(Agung Subono, S.E., M.Si)

NIDN. 0520017602

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN. 0024037701

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP *E-LOYALTY* MELALUI *E-SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI
BUKALAPAK DI KUDUS)**

Nama : Nabila Agustina
NIM : 202011015
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



(Mira Meilia Marka, S.E., M.M)

NIDN. 0606058801

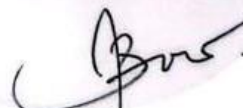
Mengetahui



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

NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Agung Subono, S.E., M.Si)

NIDN. 0520017602

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan

Allah hingga kembali.”-HR Tirmidzi

“Pengetahuan yang baik adalah yang memberikan manfaat, bukan hanya diingat.”-Imam Syafi’i

PERSEMBAHAN :

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Orang tua yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, do’a dan semangat.
2. Adik-adik , teman-teman, dan keluarga besar saya yang selalu memberikan semangat dan dukungan penuh.
3. Almamater Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga pada kesempatan ini penulis menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh *E-Service quality* dan *E-Trust* Terhadap *E-Loyalty* Melalui *E-satisfaction* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Aplikasi Bukalapak di Kudus)**” dapat diselesaikan. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak sejak masa perkuliahan hingga masa penyusunan skripsi, sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada berbagai pihak, yang terhormat 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. Mira Meilia Marka, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing 1 saya yang sudah bersabar membimbing saya, dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan untuk penyusunan skripsi saya.
5. Agung Subono, S.E,. M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu dan arahan dengan penuh kesabaran dalam membimbing

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang membekali ilmu, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Dukungan orang tua yang telah memberikan semangat dan dorongan penuh.
8. Adik -adikku (Baim, Amira, dan Syafa) dan keluarga besarku yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama ini.
9. Sahabat-sahabat saya Acik, Linda, Kiki, Tata, Nadhif, Malika, Adila, Sopel, Septi, Maulida, Salma, Silvi, Neli, Rusyda, Annisa, Malinda, Ferina, Fatim, Ela, Aisyah, Neila, Sifa, Ratna, Aisyah, Shofi, Ulya, Sita, Verda dan serta semua pihak yang telah memberikan semangat dan dukungannya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
10. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulis harap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca umumnya.

Kudus,

2024

Penulis

NABILA AGUSTINA
2020-11-015

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP
E-LOYALTY MELALUI *E-SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI BUKALAPAK DI
KUDUS)**

**NABILA AGUSTINA
2020-11-015**

Pembimbing : 1. Mira Meilia Marka, S.E, M.M

2. Agung Subono, S.E., M.Si

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *E-Service quality* dan *E-Trust* Terhadap *E-Loyalty* Melalui *E-satisfaction* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Pengguna Aplikasi Bukalapak di Kudus). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer yang berasal dari kuesioner pengguna aplikasi Bukalapak di Kudus yang tidak diketahui jumlahnya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sampel sebanyak 120 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modelling*) AMOS versi 24. Hasil analisis menunjukkan bahwa, Kualitas layanan elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen elektronik; Kepercayaan elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen elektronik; Kualitas layanan elektronik tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen elektronik; Kepercayaan elektronik tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen elektronik; Kepuasan konsumen elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen elektronik.

Kata Kunci : Kualitas Layanan Elektronik, Kepercayaan Elektronik, Kepuasan Konsumen Elektronik. Loyalitas Konsumen Elektronik

***THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY AND E-TRUST ON
E-LOYALTY THROUGH E-SATISFACTION AS AN INTERVENING
VARIABLE (STUDY ON BUKALAPAK APPLICATION USERS IN KUDUS)***

NABILA AGUSTINA

2020-11-015

Guidance :1. Mira Meilia Marka, S.E, M.M
2. Agung Subono, S.E., M.Si

MURIA KUDUS UNIVERSITY

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

ABSTRACT

This study aims to analyze the Influence of E-Service quality and E-Trust on E-Loyalty through E-satisfaction as an Intervening Variable (Study on Bukalapak Application Users in Kudus). This research is quantitative in nature, using primary data obtained from questionnaires distributed to Bukalapak application users in Kudus, with an unspecified number of respondents. Sampling technique used purposive sampling with a sample size of 120 respondents. Data analysis technique utilized SEM (Structural Equation Modeling) with AMOS version 24. The results of the analysis indicate that: E-Service quality has a positive and significant influence on E-satisfaction; E-Trust has a positive and significant influence on E-satisfaction; E-Service quality does not have a significant influence on E-Loyalty; E-Trust does not have a significant influence on E-Loyalty; E-satisfaction has a positive and significant influence on E-Loyalty.

Keywords : E-Service quality, E-Trust, E-satisfaction, E-Loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	9
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Perilaku konsumen.....	14
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	14
2.1.2 Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	15
2.2 <i>E-Service quality</i> (Kualitas Layanan Elektronik)	15
2.2.1. Pengertian <i>E-Service quality</i>	15
2.2.2. Indikator <i>E-Service quality</i>	17
2.3 <i>E-Trust</i> (Kepercayaan Elektronik)	18
2.3.1. Pengertian <i>E-Trust</i>	18
2.3.2. Indikator <i>E-Trust</i>	20
2.4 <i>E-satisfaction</i> (Kepuasan elektronik).....	21
2.4.1. Pengertian <i>E-satisfaction</i>	21

2.4.2. Indikator <i>E-satisfaction</i>	22
2.5 <i>E- Loyalty</i> (Loyalitas Konsumen Elektronik)	23
2.5.1. Pengertian <i>E-loyalty</i>	23
2.5.2. Indikator <i>E-loyalty</i>	24
2.6 Pengaruh Antar Variabel	25
2.6.1. Pengaruh <i>E-Service quality</i> terhadap <i>E-satisfaction</i>	25
2.6.2. Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-satisfaction</i>	26
2.6.3. Pengaruh <i>E-Service quality</i> terhadap <i>E-loyalty</i>	26
2.6.4. Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-loyalty</i>	27
2.6.5. Pengaruh <i>E-satisfaction</i> terhadap <i>E-loyalty</i>	28
2.7 Penelitian terdahulu.....	29
2.8 Kerangka Penelitian	33
2.9 Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Rancangan Penelitian	36
3.2 Variabel Penelitian	36
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.3.1 <i>E-Service quality</i> (X1)	37
3.3.2 <i>E-Trust</i> (X2).....	38
3.3.3. <i>E-satisfaction</i> (Y).....	38
3.3.4 <i>E-loyalty</i> (Z).....	39
3.4 Jenis dan Sumber Data	39
3.4.1 Jenis Data	39
3.4.2 Sumber Data.....	40
3.5 Populasi dan Sampel	41
3.5.1 Populasi	41
3.5.2 Sampel.....	41
3.6 Pengumpulan Data	42
3.7 Pengolahan Data.....	43
3.8 Uji Instrumen Penelitian	44
3.8.1 Uji Validitas	44

3.8.2 Uji Reliabilitas	46
3.9 Analisis Data	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.1 Sejarah berdirinya Aplikasi Bukalapak.....	56
4.1.2 Visi dan Misi Aplikasi Bukalapak	57
4.1.3 Profil Aplikasi Bukalapak	57
4.2 Penyajian Data	58
4.2.1 Karakteristik Responden	58
4.2.2 Tanggapan Responden	61
4.3 Analisis Data	66
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	66
4.4 Evaluasi atas asumsi -asumsi Structur Equation Model (SEM).....	70
4.4.1 Uji Normalitas	70
4.4.2 Uji Outliers.....	72
4.5 Analisis Faktor Konfirmatori	73
4.5.1 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen	73
4.5.2 Analisis Konfirmatori Variabel Endogen.....	79
4.5.3 Analisis Konfirmatori Full Measurement	84
4.5.4 Analisis Konfirmatori Full Model.....	85
4.6 Analisis Square Multiple Correlation.....	87
4.7 Uji Hipotesis	89
4.8 Uji Mediasi.....	91
4.9 Pembahasan	94
4.9.1 Pengaruh <i>E-Service quality</i> terhadap <i>E-satisfaction</i>	94
4.9.2 Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-satisfaction</i>	95
4.9.3 Pengaruh <i>E-Service quality</i> terhadap <i>E-loyalty</i>	96
4.9.4 Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-loyalty</i>	96
4.9.5 Pengaruh <i>E-satisfaction</i> terhadap <i>E-loyalty</i>	97
4.9.6 Pengaruh <i>E-Service quality</i> terhadap <i>E-loyalty</i> Melalui <i>E-satisfaction</i>	98
4.9.7 Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-loyalty</i> Melalui <i>E-satisfaction</i>	99

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran.....	101
LAMPIRAN PENELITIAN.....	107



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Kunjungan pada Aplikasi Bukalapak Tahun 2020-2023.....	4
Tabel 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Tabel 5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	61
Tabel 6 Hasil tanggapan <i>E-Service quality</i>	62
Tabel 7 Hasil tanggapan <i>E-Trust</i>	63
Tabel 8 Hasil tanggapan <i>E-Satisfaction</i>	64
Tabel 9 Hasil tanggapan <i>E- Loyalty</i>	65
Tabel 10 Validitas Konvergen (Convergent Validity)	67
Tabel 11 Uji Validitas Diskriminan	68
Tabel 12 Uji Average Variance Extracted (AVE)	69
Tabel 13 Uji Reliabilitas	70
Tabel 14 Uji Normalitas Data	71
Tabel 15 Analisis Outlier	72
Tabel 16 Uji Model Goodness of Fit Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	75
Tabel 17 Uji Model Goodness of Fit Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	77
Tabel 18 Regression Weights: (Group number 1 - Default model)	78
Tabel 19 Uji Model Goodness of Fit Variabel Endogen Sebelum Perbaikan.....	80
Tabel 20 Uji Model Goodness of Fit Variabel Endogen Setelah Perbaikan.....	82
Tabel 21 Uji Model Goodness of Fit Variabel Penelitian.....	85
Tabel 22 Uji Model Goodness of Fit Variabel Penelitian.....	87
Tabel 23 Standardized Regression Weight	88
Tabel 24 Square Multiple Correlation.....	88
Tabel 25 Hasil Pengujian Hipotesis Berdasarkan Model SEM	89
Tabel 26 Hasil Estimasi Direct Effect.....	91
Tabel 27 Hasil Estimasi Indirect Effect	93
Tabel 28 Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Kunjungan Pada Aplikasi E-Commerce Tahun 2023 Kuartal I-III	5
Gambar 2 Keluhan Konsumen Terkait <i>E-Service quality</i> Pada Aplikasi Bukalapak Di Appstore	6
Gambar 3 Keluhan Konsumen Terkait <i>E-Trust</i> Pada Aplikasi Bukalapak Di Appstore	7
Gambar 4 Model Kerangka Pemikiran Teoritis	34
Gambar 5 Output Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	74
Gambar 6 Output Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	76
Gambar 7 Output Variabel Endogen Sebelum Perbaikan.....	79
Gambar 8 Output Variabel Endogen Setelah Perbaikan	81
Gambar 9 Regression Weights: (Group number 1 - Default model)	83
Gambar 10 Full Measurement Setelah Perbaikan.....	84
Gambar 11 Hasil Uji Full Model Structural Equation Modeling (SEM).....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	108
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	121
Lampiran 3 Hasil Output SEM AMOS.....	127

