



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *BRAND IMAGE*, KEAMANAN DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA *E-COMMERCE* BLIBLI.COM DI KABUPATEN
JEPARA**

Skripsi

Disusun Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

MUHAMMAD FARIZAL IKHSAN

202011403

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2025



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *BRAND IMAGE*, KEAMANAN DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA *E-COMMERCE* BLIBLI.COM DI KABUPATEN
JEPARA**

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

Disusun Oleh :

MUHAMMAD FARIZAL IKHSAN

202011403

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *BRAND IMAGE*, KEAMANAN DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA E-COMMERCE BLIBLI.COM DI KABUPATEN
JEPARA**

Nama : Muhammad Farizal Ikhsan

NIM : 202011403

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

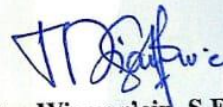
Kudus, 8 Januari 2025

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)
NIDN. 0628048702

Pembimbing II



(Dian Wismar'ain, S.E., M.M)
NIDN. 0612127702

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



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

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *BRAND IMAGE*, KEAMANAN DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA E-COMMERCE BLIBLI.COM DI KABUPATEN
JEPARA**

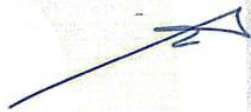
Nama : Muhammad Farizal Ikhsan
NIM : 202011403
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 15 februari 2025

Mengetahui

Ketua Program Studi



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

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)
NIDN. 0628048702

Mengetahui

Dekan



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

Pembimbing II



(Dian Wismar'eih, S.E., M.M)
NIDN. 0612127702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Jika dikabulkan berarti baik, tetapi jika tidak dikabulkan maka ada yang lebih baik”

(Al-Baqarah: 216)

“Dan biarkan aku berlari, sejenak aku sembunyi tuk mengatur ulang nafasku selaraskan lagi langkahku.”

(TCATT)

Persembahan :

Dengan segenap hati, skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, beliau sampai saat ini masih setia mendoakan dan selalu menjadi prioritas utama saya di setiap langkah.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan berkat serta kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul **“PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *BRAND IMAGE*, KEAMANAN DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA *E-COMMERCE* BLIBLI.COM DI KABUPATEN JEPARA”**.

Penyusunan skripsi ini guna memenuhi tugas akhir strata satu Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Pada penelitian ini tidak lepas dari berbagai pihak yang telah membantu dalam penelitian ini.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Ibu Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Ibu Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M selaku dosen pembimbing satu yang telah mengarahkan, membantu, dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Ibu Dian Wismar'ain, S.E., M.M selaku dosen pembimbing dua yang telah mengarahkan, membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
7. Saya mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang merupakan pelanggan pada *E-Commerce* Blibli.com.

8. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan, perhatian, doa, dan cinta yang luar biasa.
9. Teman-teman yang saya cintai, dengan dukungan dan bantuan kalian semua sangat berarti bagi saya, terima kasih atas canda tawa dan perjuangan yang kita lewati bersama.
10. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, namun telah memberikan bantuan dan informasi baik secara langsung maupun tidak langsung.

Tidak lupa penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, penulis berharap dapat diberikan kritik dan saran yang membangun agar lebih menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Kudus, 13 Februari 2025

Penulis

Muhammad Farizal Ikhsan

2020-11-403

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *BRAND IMAGE*, KEAMANAN DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA *E-COMMERCE* BLIBLI.COM DI KABUPATEN
JEPARA**

Muhammad Farizal Ikhsan

2020-11-403

Pembimbing 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., MM

2. Dian Wismar'ain, S.E., MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-service quality*, *brand image*, keamanan dan *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap loyalitas pelanggan pada *E-Commerce* Blibli.com di Kabupaten Jepara. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan *E-Commerce* Blibli.com di Kabupaten Jepara sebanyak 125 responden menggunakan teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data menggunakan *software* SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *electronic word of mouth* (E-WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan *e-service quality*, *brand image*, keamanan dan *electronic word of mouth* (E-WOM) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan secara simultan.

Kata kunci : *e-service quality*, *brand image*, keamanan, *electronic word of mouth* (E-WOM), loyalitas pelanggan.

***THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE, SECURITY
AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) ON CUSTOMER
LOYALTY ON E-COMMERCE BLIBLI.COM IN JEPARA REGENCY***

Muhammad Farizal Ikhsan

2020-11-403

Advisor 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., MM

2. Dian Wismar'ain, S.E., MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

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

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of e-service quality, brand image, security and electronic word of mouth (E-WOM) on customer loyalty on E-Commerce Blibli.com in Jepara Regency. The research method used in this study uses a quantitative research method. The sample used in this study was E-Commerce Blibli.com customers in Jepara Regency as many as 125 respondents using purposive sampling technique. The data collection method used a questionnaire. The data analysis method used SPSS software version 25. The results of the study showed that e-service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, brand image has a positive and significant effect on customer loyalty, security has a positive and significant effect on customer loyalty, electronic word of mouth (E-WOM) has a positive and significant effect on customer loyalty and e-service quality, brand image, security and electronic word of mouth (E-WOM) have a positive and significant effect on customer loyalty simultaneously.

Keywords: e-service quality, brand image, security, electronic word of mouth (E-WOM), customer loyalty.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	11
1.3 Perumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.1. Definisi Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.2. Tujuan Manajemen Pemasaran.....	17
2.2 Loyalitas Pelanggan.....	18
2.2.1. Definisi Loyalitas Pelanggan.....	18
2.2.2. Faktor-Faktor Loyalitas Pelanggan.....	19
2.2.3. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	20
2.3 <i>E-Service Quality</i>	23
2.3.1. Definisi <i>E-Service Quality</i>	23
2.3.2. Faktor-Faktor <i>E-Service Quality</i>	24
2.3.3. Indikator <i>E-Service Quality</i>	24

2.4	<i>Brand Image</i>	27
2.4.1.	Definisi <i>Brand Image</i>	27
2.4.2.	Faktor-Faktor <i>Brand Image</i>	28
2.4.3.	Indikator <i>Brand Image</i>	28
2.5	Keamanan	31
2.5.1.	Definisi Keamanan	31
2.5.2.	Faktor-Faktor Keamanan	32
2.5.3.	Indikator Keamanan	32
2.6	<i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM)	34
2.3.1.	Definisi <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM)	34
2.3.2.	Faktor-Faktor <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM)	35
2.3.3.	Indikator <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM)	35
2.7	Pengaruh Antar Variabel	37
2.7.1.	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan. ...	37
2.7.2.	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	38
2.7.3.	Pengaruh Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	39
2.3.4.	Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM) Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	40
2.8	Penelitian Terdahulu	41
2.9	Kerangka Pemikiran Teoritis	45
2.10	Hipotesis	46
BAB III	METODE PENELITIAN.....	47
3.1	Rancangan Penelitian	47
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	48
3.3.1.	Variabel Penelitian.....	48
3.2.2	Definisi Operasional Variabel.....	50
3.3	Jenis dan Sumber Data	55
3.3.1.	Jenis Data.....	55
3.3.2.	Sumber Data	55
3.4	Populasi dan Sampel.....	56
3.4.1.	Populasi	56

3.4.2. Sampel	56
3.5 Pengumpulan Data.....	57
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	59
3.9.1. Uji Validitas	59
3.9.2. Uji Reliabilitas.....	59
3.7 Pengolahan Data	60
3.8 Analisis Deskriptif.....	62
3.9 Analisis Data	62
3.9.1. Uji Asumsi Klasik.....	62
3.9.2. Regresi Linear Berganda	65
3.9.3. Uji Hipotesis	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	68
4.1.1. Gambaran Umum <i>E-Commerce</i> Blibli.com	68
4.1.2. Visi dan Misi <i>E-Commerce</i> Blibli.com.....	69
4.2 Penyajian Data.....	69
4.2.1. Karakteristik Responden	69
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	72
4.3.1. Uji Validitas	72
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	76
4.4 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	77
4.4.1. Variabel <i>E-Service Quality</i>	77
4.4.2. Variabel <i>Brand Image</i>	78
4.4.3. Variabel Keamanan.....	79
4.4.4. Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM).....	80
4.4.5. Variabel Loyalitas Pelanggan	81
4.4.6. Analisis Statistik Deskriptif.....	82
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	84
4.7.1. Uji Normalitas	84
4.7.2. Uji Multikolinearitas	85
4.7.3. Uji Heteroskedastisitas	86

4.7.4. Uji Autokorelasi.....	87
4.6 Analisis Regresi Berganda.....	88
4.7 Uji Hipotesis.....	90
4.7.1. Uji t.....	90
4.7.2. Uji F.....	92
4.7.3. Koefisien Determinasi (<i>Adjusted r²</i>).....	93
4.8 Pembahasan.....	94
4.8.1. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada <i>E-Commerce</i> Blibli.com di Kabupaten Jepara.....	94
4.8.2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada <i>E-Commerce</i> Blibli.com di Kabupaten Jepara.....	95
4.8.3. Pengaruh Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada <i>E-Commerce</i> Blibli.com di Kabupaten Jepara.....	96
4.8.4. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada <i>E-Commerce</i> Blibli.com di Kabupaten Jepara.....	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisli di Kabupaten Jepara	70
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	72
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Instrumen <i>E-Service Quality</i> (X ₁)	73
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Brand Image</i> (X ₂)	73
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Instrumen Keamanan (X ₃)	74
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM) (X ₄)	75
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Instrumen Loyalitas Pelanggan (Y)	75
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel 4. 11 Hasil Deskriptif Statistik Variabel <i>E-Service Quality</i>	77
Tabel 4. 12 Hasil Deskriptif Statistik Variabel <i>Brand Image</i>	78
Tabel 4. 13 Hasil Deskriptif Statistik Variabel Keamanan	79
Tabel 4. 14 Hasil Deskriptif Statistik Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM)	80
Tabel 4. 15 Hasil Deskriptif Statistik Variabel Loyalitas Pelanggan	81
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	82
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas	85
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinearitas	86
Tabel 4. 19 Hasil Uji Heteroskedastisitas	87
Tabel 4. 20 Hasil Uji Autokorelasi	88
Tabel 4. 21 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	89
Tabel 4. 22 Hasil Uji t	91
Tabel 4. 23 Hasil Uji F	93
Tabel 4. 24 Hasil Koefisien Determinasi (Adjusted r ²)	94

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Pengunjung Terbanyak <i>E-Commerce</i> Tahun 2023-2024 Kategori Marketplace	4
Gambar 1. 2 Ulasan Pelanggan pada <i>E-Commerce</i> Blibli.com.....	6
Gambar 1. 3 Rating Penilaian Pelanggan pada E-Commerce Blibli.com.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	45