

SKRIPSI
PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP
E-CUSTOMER LOYALTY DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA PENGGUNA E-COMMERCE
SHOPEE DI SURABAYA

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

NADIA NUR AISYAH

NPM : 21420086

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2025

INTISARI (ABSTRAK)

Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Surabaya

Oleh :

NADIA NUR AISYAH

nadiaaaaaaisya@gmail.com

Dr. Dwi Bhakti Irianti, SE.M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kualitas layanan elektronik (e-service quality) dan kepercayaan elektronik (e-trust) terhadap loyalitas pelanggan elektronik (e-customer loyalty), dengan kepuasan elektronik (e-satisfaction) sebagai variabel perantara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik non probability sampling dan metode purposive sampling. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden yang berasal dari Surabaya. Teknik analisis yang diterapkan mencakup uji instrumen, uji jalur, uji Sobel, dan uji hipotesis dengan bantuan software SPSS. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa e-service quality dan e-trust memiliki dampak positif dan signifikan terhadap e-satisfaction. Selain itu, e-service quality menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan terhadap e-customer loyalty, sementara e-trust tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan. Namun, e-satisfaction memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap e-customer loyalty dan mampu memediasi hubungan antara e-service quality serta e-trust terhadap e-customer loyalty. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman belanja yang menyenangkan dan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas, meskipun e-trust dapat memperkuat loyalitas secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dalam pengembangan strategi pemasaran yang berfokus pada kepuasan pelanggan di platform e-commerce.

Kata Kunci : Kualitas Layanan Elektronik, Kepercayaan Elektronik, Loyalitas Pelanggan Elektronik, Kepuasan Elektronik

ABSTRACT

Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Surabaya

By :

NADIA NUR AISYAH

nadiaaaaaisya@gmail.com

Dr. Dwi Bhakti Irianti, SE.M.Si

This study aims to analyze the impact of e-service quality and e-trust on e-customer loyalty, with e-satisfaction as an intermediate variable. This research uses a quantitative approach with non-probability sampling techniques and purposive sampling methods. The sample used amounted to 100 respondents from Surabaya. The analysis techniques applied include instrument test, path test, Sobel test, and hypothesis testing with the help of SPSS software. The results revealed that e-service quality and e-trust have a positive and significant impact on e-satisfaction. In addition, e-service quality shows a significant direct effect on e-customer loyalty, while e-trust does not show a significant direct effect. However, e-satisfaction exerts a positive and significant influence on e-customer loyalty and is able to mediate the relationship between e-service quality and e-trust on e-customer loyalty. These findings suggest that a pleasant shopping experience and a high level of customer satisfaction are important factors in building loyalty, although e-trust can strengthen loyalty indirectly through customer satisfaction. This research is expected to make a practical contribution to the development of marketing strategies that focus on customer satisfaction on e-commerce platforms.

Keywords : E-Service Quality, E-Trust, E-Customer Loyalty, E-Satisfaction

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah Skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama Skripsi dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, Januari 2025

Yang membuat pernyataan



Nadia Nur Aisyah

21420086

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

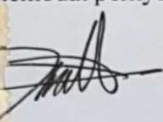
Saya menyatakan bahwa di dalam naskah Skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama Skripsi dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, Januari 2025

Yang membuat pernyataan




Nadia Nur Aisyah

21420086

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pertumbuhan Internet di Indonesia	1
Gambar 2.0 GAMBAR MODEL ANALISIS	24
Gambar 3.1 Rumus Perhitungan Sampel Slovin.....	27
Gambar 3.1 MODEL PERSAMAAN	34
Gambar 3.2 MODEL PERSAMAAN 2	35
Gambar 4.1 GAMBAR HASIL PERSAMAAN 1	53
Gambar 4.2 GAMBAR HASIL PERSAMAAN 2.....	58
Gambar 4.3 PENGUJIAN E-SATISFACTION (Z) MEMEDIASI E-SERVICE QUALITY (X1) TERHADAP E-CUSTOMER LOYALTY (Y).....	59
Gambar 4.4 PENGUJIAN E-SATISFACTION (Z) MEMEDIASI E-TRUST (X2) TERHADAP E- CUSTOMER LOYALTY (Y).....	59

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
INTISARI (ABSTRAK)	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	7
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR GAMBAR	6
DAFTAR LAMPIRAN	11
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Manfaat Akademik	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
1.5 Sistematika Skripsi	Error! Bookmark not defined.
BAB II TELAAH PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 E-Service Quality	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.1 Pengertian E-Service Quality	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.2 Indikator E-Service Quality	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 E-Trust	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.1 Pengertian E-Trust	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.2 Indikator E-Trust	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 E-Customer Loyalty	Error! Bookmark not defined.

2.1.3.1 Pengertian Customer Loyalty	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.2 Indikator Customer Loyalty	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 E-Satisfaction	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.1 Pengertian E-Satisfaction	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.2 Indikator E-Satisfaction	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Hubungan Antar Variabel	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.1 Hubungan E-Service Quality dengan E-Satisfaction	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.2 Hubungan E-Trust dengan E-Satisfaction	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.3 Hubungan E-Service Quality dengan E-Loyalty	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.4 Hubungan E-Trust dengan E-Loyalty	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.5 Hubungan E-Satisfaction dengan E-Loyalty	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.6 Hubungan antara E-Service Quality dengan E-Loyalty melalui E- Satisfaction sebagai variabel mediasi	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.7 Hubungan antara E-Service Quality dengan E-Loyalty melalui E- Satisfaction sebagai variabel mediasi	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Sebelumnya	Error! Bookmark not defined.
2.3 Pengembangan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Model Analisis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Sampel	Error! Bookmark not defined.
Berdasarkan perhitungan tersebut jumlah sampelnya ditetapkan dibulatkan menjadi 100 orang sampel. Kemudian, dari jumlah tersebut nantinya digunakan untuk penelitian pengguna aplikasi Shopee di Surabaya.	Error! Bookmark not defined.
3.3 Identifikasi Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Variabel Independen	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Variabel Dependen	Error! Bookmark not defined.
3.3.3 Variabel Intervening	Error! Bookmark not defined.
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.5 Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Jenis Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.7 Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.7.1 Uji Statistik	Error! Bookmark not defined.
3.7.1.1 Uji Validitas dan Realibilitas	Error! Bookmark not defined.
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
3.7.2.1 Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
3.7.2.2 Uji Heterokedastisitas	Error! Bookmark not defined.
3.7.2.3 Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
3.7.2.4 Uji Autokorelasi	Error! Bookmark not defined.
3.7.3 Uji Jalur	Error! Bookmark not defined.

3.7.3.1 Persamaan Model 1	Error! Bookmark not defined.
3.7.3.2 Persamaan Model 2	Error! Bookmark not defined.
3.7.4 Uji Sobel	Error! Bookmark not defined.
3.7.5 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Umum Subyek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2 Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Jawaban Responden Variabel	Error! Bookmark not defined.
4.2.2.1 E-Service Quality (X1)	Error! Bookmark not defined.
4.2.2.2 E-Trust (X2)	Error! Bookmark not defined.
4.2.2.3 E-Customer Loyalty (Y)	Error! Bookmark not defined.
4.2.2.4 E-Satisfaction (Z)	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Uji Instrumen	Error! Bookmark not defined.
4.2.3.1 Uji Validitas dan Reabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
4.2.4.1 Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
4.2.4.2 Uji Heterokedastisitas	Error! Bookmark not defined.
4.2.4.3 Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
4.2.4.3 Uji Autokorelasi	Error! Bookmark not defined.
4.2.5 Uji Jalur (Path Analysis)	Error! Bookmark not defined.
4.2.5.1 Persamaan Model 1	Error! Bookmark not defined.
4.2.5.2 Persamaan Model 2	Error! Bookmark not defined.
Hasil dari pengujian regresi model 2 dengan variabel independent X1,X2 dan Z sebagai moderasi secara langsung terhadap variabel (Y) disajikan pada tabel berikut :	Error! Bookmark not defined.
4.2.6 Uji Sobel	Error! Bookmark not defined.
4.2.7 Uji Hipotesis (<i>T-Test</i>)	Error! Bookmark not defined.
4.2.7.1 E-Service Quality (X1) Terhadap E-Satisfaction (Z)	Error! Bookmark not defined.
4.2.7.2 E-Trust (X2) Terhadap E-Satisfaction (Z)	Error! Bookmark not defined.
4.2.7.3 E-Service Quality (X1) Terhadap E-Customer Loyalty (Y)	Error! Bookmark not defined.
4.2.7.4 E-Trust (X1) Terhadap E-Customer Loyalty (Y)	Error! Bookmark not defined.
4.2.7.5 E-Satisfaction (Z) Terhadap E-Customer Loyalty (Y)	Error! Bookmark not defined.
4.2.7.6 E-Satisfaction (Z) Memediasi E-Service Quality (X1) Terhadap E-Loyalty (Y)	Error!
Bookmark not defined.	
4.2.7.7 E-Satisfaction (Z) Memediasi E-Trust (X1) Terhadap E-Loyalty (Y)	Error! Bookmark not defined.
defined.	
4.3 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 E-Trust Terhadap E-Satisfaction	Error! Bookmark not defined.
4.3.3 E-Service Quality Terhadap E-Customer Loyalty	Error! Bookmark not defined.
4.3.4 E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty	Error! Bookmark not defined.
4.3.5 E-Satisfaction Terhadap E-Customer Loyalty	Error! Bookmark not defined.
4.3.6 E-Satisfaction Memediasi E-Service Quality Terhadap E-Customer Loyalty	Error! Bookmark not defined.
not defined.	
4.3.7 E-Satisfaction Memediasi E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty	Error! Bookmark not defined.
defined.	
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.

5.1 Simpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
5.3 Keterbatasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Kuesioner.....	74
Lampiran 2. Karakteristik Responden	78
Lampiran 3. Validitas & Realibilitas.....	80
Lampiran 4. Output SPSS	84
Lampiran 5. Tabulasi Jawaban Responden	90
Lampiran 6. Gambar top 5 marketplace di indonesia q2 tahun 2022	91

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top 5 Marketplace Di Indonesia Q2 Tahun 2022	3
Tabel 2.1 PERBANDINGAN PENELITIAN SEBELUMNYA.....	17
TABEL 2.2 PERSAMAAN DAN PENELITIAN TERDAHULU DENGAN SAAT INI	21
Tabel 3.1 DEFINISI OPERASIONAL	28
Tabel 3.3 Keterangan Skla Likert	31
Tabel 3.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN	37
Tabel 4.2 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL E-SERVICE QUALITY	38
Tabel 4.3 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL E-TRUST	39
Tabel 4.4 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL E-CUSTOMER LOYALTY	40
Tabel 4.5 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL E-SATISFACTION	41
Tabel 4.6 UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS	43
Tabel 4.7 UJI NORMALITAS	45
Tabel 4.8 PERSAMAAN 1 UJI HETEROKEDASTISITAS	46
Tabel 4.9 PERSAMAAN 2 UJI HETEROKEDASTISITAS	46
Tabel 4.10 PERSAMAAN 1 UJI MULTIKOLINEARITAS	47
Tabel 4.11 PERSAMAAN 2 UJI MULTIKOLINEARITAS	47
Tabel 4.12 HASIL UJI DURBIN WATSON	48
Tabel 4.13 MODEL SUMMARY, ANOVA, CEFFICIENT PADA PERSAMAAN 1	49
Tabel 4.14 MODEL SUMMARY, ANOVA, CEFFICIENT PADA PERSAMAAN 2	53
Tabel 4.15 UJI PENGARUH LANGSUNG	60
Tabel 4.16 UJI PENGARUH TIDAK LANGSUNG	