

SKRIPSI
PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP *CUSTOMER TRUST* DAN PEMBELIAN PRODUK
MCDONALD'S DI SURABAYA



Disusun oleh :

Angela Khanza Setiawan

21420062

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2025

SKRIPSI
PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP *CUSTOMER TRUST* DAN PEMBELIAN PRODUK
MCDONALD'S DI SURABAYA

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma
Surabaya Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Disusun oleh :

Angela Khanza Setiawan

21420062

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP *CUSTOMER TRUST* DAN PEMBELIAN PRODUK
MCDONALD'S DI SURABAYA

Diajukan oleh:

ANGELA KHANZA SETIAWAN

NPM: 21420062

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Prof. Dr. Wahyudiono, S.E., M.M.

Tanggal, 3 Januari 2026.

KETUA PROGRAM STUDI



Dwi Indah Mustikorini, S.E., M.M

Tanggal, 3 Feb '26

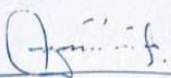
LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI
PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP *CUSTOMER TRUST* DAN PEMBELIAN PRODUK MCDONALD'S
DI SURABAYA


Dipersiapkan dan Disusun oleh :
ANGELA KHANZA SETIAWAN
NPM : 21420062

Susunan Dewan Penguji


Pembimbing Utama

Ketua Tim Penguji


Prof. Dr. Wahyudiono, S.E., M.M.

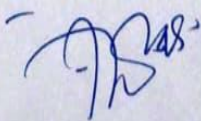

Dr. Dana Aditva, S.E., MBA

Anggota Dewan Penguji


Husni Indrawati Wijaya Putri, SE., MM.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar sarjana manajemen
Tanggal... 3 Feb '26

Ketua Program Studi


Dwi Indah Mustikorini, S.E., M.M

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Angela Khanza Setiawan
NPM : 21420062
Alamat : Jl. Tengger Kandangan 1 No.25
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER TRUST DAN PEMBELIAN PRODUK MCDONALD'S DI SURABAYA" bukan merupakan plagiasi saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya,

Yang membuat pernyataan



Angela Khanza Setiawan

21420062

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **“PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER TRUST* DAN PEMBELIAN PRODUK MCDONALD’S DI SURABAYA”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan dorongan serta motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak, penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini. Sehingga pada kesempatan ini perkenankanlah penulis dengan segala kerendahan hati, mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof Dr.H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. T.H.T.K.L(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Drs. Ec Gimanto Gunawan selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Dr. Adrianto Trimarjono, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya dan selaku Dosen Wali terima kasih atas bimbingannya selama perkuliahan.
4. Prof. Dr. Wahyudiono, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing terimakasih telah sabar dalam membimbing selama penulisan skripsi ini sehingga banyak meluangkan tenaga dan waktu dalam

membimbing, memberi kemudahan, pengarahan, motivasi, semangat dan saran-saran dengan penuh kesabaran selama penulisan skripsi ini.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, khususnya Program Studi Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan bermanfaat.
6. Untuk kedua orang tua saya Bapak Erwan Setiawan, dan Ibu Dina Nirmala Soesetyo dan juga kedua saudara saya Zein Ilham Pratama, Zaky Dirgantara Putra Setiawan yang selalu mendukung, mendoakan, memberikan semangat yang tiada hentinya. Tanpa dukungan dan kasih sayang mereka, saya tidak akan bisa berada di titik ini.
7. Untuk sahabat terbaik Shevi Precillia, Sherly Kurnia, Natasha Putri terimakasih telah menjadi partner terbaik bagi penulis dan mendengarkan keluh kesah penulis sampai dengan penyelesaian skripsi ini.
8. Untuk teman-teman HIMA Manajemen, BEM Fakultas Ekonomi dan Bisnis terima kasih telah memberikan dukungan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk teman-teman BEM Universitas Wijaya Kusuma Surabaya terima kasih telah memberikan semangat dan dukungan dalam penulisan skripsi ini.

Penulis hanya dapat berdoa semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan memberi kemudahan dari apa yang dijalankan bagi berbagai pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari

bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna, oleh karena itu saran dan kritik sangat bermanfaat bagi penulis.

Surabaya, 26 Juni 2025

(Angela Khanza Setiawan)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* dan *Customer Experience* terhadap *Customer Trust* dan Pembelian Produk MCDonald's di Surabaya. Penelitian ini dilakukan pada konsumen MCDonald's di wilayah Kota Surabaya dengan jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 responden, dan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner secara tidak langsung melalui social media. Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah teknik analisis metode SEM-PLS dan berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Trust*, *Customer Experience* berpengaruh terhadap *Customer Trust*, *E-Service Quality* berpengaruh terhadap Pembelian Produk, *Customer Experience* berpengaruh terhadap Pembelian Produk, *Customer Trust* berpengaruh terhadap Pembelian Produk.

Kata Kunci : *E-Service Quality*, *Customer Experience*, *Customer Trust*, Pembelian Produk.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of E-Service Quality and Customer Experience on Customer Trust and Purchase of McDonald's Surabaya Products. This study was conducted on McDonald's consumers in the Surabaya City area with a sample size of 100 respondents, and data collection was carried out through indirect distribution of questionnaires through social media. The data analysis technique used by the researcher is the SEM-PLS method analysis technique and based on the results of the analysis it was found that E-Service Quality affects Customer Trust, Customer Experience affects Customer Trust, E-Service Quality affects Product Purchases, Customer Experience affects Product Purchases, Customer Trust affects Product Purchases.

Keywords: *E-Service Quality, Customer Experience, Customer Trust, Product Purchases.*

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PEGESAHAN SKRIPSI..	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN PLAGIASI...	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	13
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.3 E-Service Quality	14
2.1.4 <i>Customer Experience</i>	17
2.1.5 <i>Customer Trust</i>	21
2.1.6 Pembelian Produk.....	24
2.2 Hubungan Antar Variabel	27

2.2.1	Hubungan antar variabel <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	27
2.2.2	Hubungan antar variabel <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	27
2.2.3	Hubungan antar variabel <i>E-Service Quality</i> terhadap Pembelian Produk.....	28
2.2.4	Hubungan antar variabel <i>Customer Experience</i> terhadap Pembelian Produk.....	28
2.2.5	Hubungan antar variabel <i>Customer Trust</i> terhadap Pembelian Produk.....	29
2.3	Penelitian Terdahulu.....	29
2.4	Model Analisis dan Hipotesis.....	31
2.4.1	Model Analisis	31
2.4.2	Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN		33
3.1	Pendekatan Penelitian.....	33
3.2	Populasi dan Sampel	33
3.2.1	Populasi	33
3.2.2	Sampel dan Teknik Sampling.....	34
3.3	Identifikasi Variabel	36
3.4	Definisi Operasional Variabel	36
3.4.1	Definisi Operasional Variabel <i>E-Service Quality</i> (X1)	36
3.4.2	Definisi Operasional Variabel <i>Customer Experience</i> (X2).....	37
3.4.3	Definisi Operasional Variabel <i>Customer Trust</i> (Z).....	39
3.4.4	Definisi Operasional Variabel Pembelian Produk (Y)	40
3.5	Jenis dan Sumber Data	41
3.5.1	Jenis Data	41
3.5.2	Sumber Data	41

3.6	Prosedur Pengumpulan Data	42
3.7	Teknik Analisis.....	42
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	43
3.7.2	Model Pengukuran (Outer Model)	43
3.7.3	Uji Validitas	44
3.7.4	Model Struktual (<i>Inner Model</i>)	45
3.7.5	Uji Hipotesis.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1	Gambaran Umum MCDonald's Surabaya	50
4.2	Hasil Penelitian.....	51
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
4.2.3	Deskripsi Variabel Penelitian	52
4.2.4	Deskripsi Jawaban Responden	53
4.3	Analisis Data	60
4.3.1	Uji Outer Model	60
4.3.2	Uji Inner Model	65
4.3.3	Uji Hipotesis.....	69
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	72
4.4.1	Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Trust	72
4.4.2	Pengaruh Customer Experience terhadap Customer Trust	72
4.4.3	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Pembelian Produk .	73
4.4.4	Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap Pembelian Produk	74
4.4.5	Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap Pembelian Produk.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		76

5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran.....	78
5.2.1	Saran Operasional (Saran Bagi Perusahaan).....	78
5.2.2	Keterbatasan (Saran Bagi Peneliti Selanjutnya).....	79
DAFTAR PUSTAKA		79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis.....	31
Gambar 3.1 Diagram Jalur (Path Diagram).....	47
Gambar 4.1 Hasil Uji Outer Model	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Pemberian Bobot Skor Skala Likert.....	35
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.3 Kategori Jawaban Responden	53
Tabel 4.4 Jawaban Responden Mengenai <i>E-Service Quality</i> (X_1)	54
Tabel 4.5 Jawaban Responden Mengenai <i>Customer Experience</i> (X_2) ..	56
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai <i>Customer Trust</i> (Z)	58
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Pembelian Produk (Y)	59
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Outer Loading</i>	62
Tabel 4.9 <i>Cross Loading</i>	63
Tabel 4.10 <i>Construct Reliability</i> dan <i>Validity</i>	64
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	65
Tabel 4.12 <i>R-Square</i>	67
Tabel 4.13 <i>f-Square</i>	67
Tabel 4.14 Model Fit	68
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i> Pengaruh Secara Langsung.....	69
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i> Pengaruh Tidak Langsung	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuisisioner Penelitian	82
Lampiran II Tabulasi Data.....	88
Lampiran III Model Pengukuran (Outer Model).....	98