

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *TRUST*, SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP *POSITIVE E-WORD OF MOUTH* PADA *E-COMMERCE LAZADA*

Tugas Akhir

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Yani Kartika

1151001110

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Yani Kartika

NIM : 1151001110

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Yani Kartika', with a long horizontal stroke extending to the right.

Tanggal : 14 Mei 2019

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Yani Kartika
NIM : 1151001110
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh *electronic service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *trust*, serta implikasinya terhadap *positive electronic word of mouth* pada *e-commerce* Lazada

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaff, S., M.Sc., MBA, Ph.D

Penguji I : M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph. D

Penguji II : M. Th. Anitawati, Ir., M.S., M.Sc



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 14 Mei 2019

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Muchsin Saggaf S., M. Sc., MBA, Ph.D, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas bantuannya selama pekerjaan tugas akhir ini, terima kasih juga atas segala saran yang telah diberikan Bapak kepada saya, dan maaf bapak jika selama proses bimbingan saya banyak melakukan kesalahan.
2. Bapak M. Taufiq Amir,S.E., M.M.,Ph.D selaku dewan pembahas dan penguji. Terima kasih banyak atas waktunya serta segala saran yang telah Bapak berikan kepada saya baik untuk perbaikan penulisan tugas akhir ini maupun bagi perbaikan diri saya kedepannya.
3. Ibu M.Th. Anitawati., Ir., M.S.,M.Sc selaku penguji. Terima kasih banyak atas waktunya serta segala saran yang telah Ibu berikan kepada saya baik untuk perbaikan penulisan tugas akhir ini maupun bagi perbaikan diri saya kedepannya
4. Kedua orang tuaku yang tercinta, Bapak dan Ibu. Rasanya ucapan terima kasih saja tidak akan pernah cukup untuk membalas segala jasa jasa kalian. Terima kasih telah menjadi orang tua dan sahabat juara dunia. Aku persembahkan gelar sarjana ini untuk kalian berdua.
5. Adik kecilku, Yeni ardila. Terima kasih sudah menjadi penghibur disaat saya lelah dengan skripsi ini.
6. Desty Riyani, Erdian Saputri, Putri Daryanti selaku teman seperjuangan yang senantiasa berjuang melawan rasa malas untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

7. Dearestyka Febriana, Tiara Rasheeda, Made Chernovica, Wulan Hardiana, Risaldi, Yoga, Asih Maolana, dan Nani Septriyana yang selalu memberikan semangat dan mendukung penulis dalam melakukan penelitian
8. Teman-teman satu atap, Icha hananni, Rili Anjani, Aisyah, Dhieya Ulhaq dan Neni, terima kasih untuk terus menyemangati setiap hari dalam setiap langkah pengerjaan Tugas Akhir ini
9. Himpunan Mahasiswa Manajemen 2016/2017, terima kasih telah mendukung penulis.
10. Seluruh teman-teman Manajemen Universitas Bakrie 2015. Saya banyak belajar dari mereka.
11. Serta teman-teman Universitas Bakrie yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT, berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan

Jakarta, 14 Mei 2019



Yani Kartika

1151001110

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yani Kartika
NIM : 1151001110
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Kuantitatif

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada kepada Universitas Bakrie, **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH *ELECTRONIC SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION DAN TRUST*, SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP *POSITIVE E-WORD-OF-MOUTH* PADA *E-COMMERCE LAZADA*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 14 Mei 2019

Yang Menyatakan,



Yani Kartika

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *TRUST*, SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP *POSITIVE E-WORD OF MOUTH* PADA *E-COMMERCE LAZADA*

Yani Kartika¹

ABSTRAK

Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk menguji model kausal yang diharapkan mampu menjelaskan *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *trust*, serta dampaknya terhadap *positive e-word of mouth*. Untuk memastikan akurasi data, metode pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dan *purposive sampling*. Dalam menguji hipotesis penelitian, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner *online*, sampel penelitian ini adalah konsumen Lazada yang pernah berbelanja *online* dalam kurun waktu tiga bulan dengan ukuran 200 sampel. Metodologi ini dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM), dan perangkat lunak AMOS 24. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction* dan *trust*, *customer satisfaction* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *positive e-Wom* serta *trust* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *positive e-Wom*. Melalui pengujian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman secara empiris berkaitan dengan upaya yang harus dilakukan oleh pemasar untuk membangun *positive e-word of mouth*.

Kata Kunci : *Electronic Word-of-Mouth (e-WOM)*, *Customer satisfaction*, *Trust*, *Positive e-Wom*, *e-commerce*

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AND TRUST, ALONG WITH ITS IMPLICATION FOR POSITIVE ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH (E-WOM) IN E-COMMERCE LAZADA

Yani Kartika²

ABSTRACT

This quantitative research supposed to know the relationship between e-service quality, customer satisfaction, trust and positive e-Wom on e-commerce Lazada. Ensuring data accuracy, the sampling method use nonprobability sampling and purposive sampling. To investigate the hypotheses of the research, data was collected through distributing online questionnaire, The sample of this research is consumers of Lazada who have online shopping for three month with sample size of 200 samples. The methodology was conducted using Structural Equation Modeling (SEM), and AMOS 24 software to perform factor analysis. The result of this study showed that e-service quality have significantly and positively effect toward customer satisfaction and trust, customer satisfaction have significantly and positively effect toward positive e-Wom, and trust have significantly and positively effect toward positive e-Wom. This examination is hoped to give empiric understanding related to the effort done by the marketer to create positive e-wom.

Keywords : *E-service quality, Customer Satisfaction, Trust, Positive Electronic Word-of-Mouth (e-WOM), e-Commerce*

²Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Peneltian.....	11
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN DAN HIPOTESIS..	12
2.1 <i>Electronic Service Quality</i>.....	12
2.2 <i>Customer Satisfaction</i>.....	14
2.3 <i>Trust</i>.....	14
2.4 <i>Positive Electronic Word-of-Mouth (e-WOM)</i>.....	15
2.5 Hubungan antara variabel dan hipotesis.....	16
2.5.1 Hubungan <i>e-service quality</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>.....	16
2.5.2 Hubungan <i>e-service quality</i> terhadap <i>trust</i>.....	17
2.5.3 Hubungan <i>customer satisfaction</i> terhadap <i>positive e-WOM</i>.....	17
2.5.4 Hubungan <i>trust</i> terhadap <i>positive e-WOM</i>.....	18
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	19
2.7 Kerangka Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Desain Penelitian.....	22

3.2	Sumber Data Penelitian	22
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	23
3.4	Metode Pengumpulan Data	23
3.5	Definisi Operasional Variabel	24
3.6	Tahapan Analisis Data.....	26
3.6.1	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	26
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1	Karakteristik Responden.....	33
4.2	Analisis Deskriptif.....	35
4.3	Analisis Data	39
4.3.1	Uji Model Pengukuran.....	39
4.3.2	Uji Model Struktural.....	45
4.4	Uji Hipotesis	47
4.4.1	<i>E-service quality berpengaruh positif terhadap customer satisfaction ..</i>	<i>47</i>
4.4.2	<i>E-service quality berpengaruh positif terhadap trust.....</i>	<i>48</i>
4.4.3	<i>Customer satisfaction berpengaruh positif terhadap positive e-wom</i>	<i>48</i>
4.4.4	<i>Trust berpengaruh positif terhadap positive e-wom.....</i>	<i>48</i>
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	49
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1	Kesimpulan	53
5.2	Saran	54
	DAFTAR PUSTAKA	56
	LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pegaduan Belanja Online	5
Tabel 1. 2 Peringkat Pengunjung Website E-commerce di Indonesia Tahun 2018	6
Tabel 1.3 Peringkat Pengguna Aplikasi Mobile E-commerce di Indonesia Tahun 201.....	7
Tabel 2. 1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	24
Tabel 3. 2 Uji kecocokan Model Struktural.....	30
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	33
Tabel 4. 2 Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai E-service Quality	35
Tabel 4. 3 Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai Customer Satisfaction	36
Tabel 4. 4 Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai Trust	37
Tabel 4. 5 Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai Positive E-wom.....	38
Tabel 4. 6 Ringkasan Modification Indices Proses Modifikasi	40
Tabel 4. 7 Nilai Loading Factor Indikator	43
Tabel 4. 8 Nilai Construct Reliability Setiap Variabel.....	44
Tabel 4. 9 Kecocokan Goodness Of Fit	46
Tabel 4. 10 Hasil Uji Hipotesis	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proyeksi Pembeli dan Penetrasi Pembeli Digital Indonesia	2
Gambar 1.2 Data Traffic dan Rank Lazada.....	6
Gambar 1.3 Review Lazada	9
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	21
Gambar 3.1 Spesifikasi Model Pengukuran	27
Gambar 3.2 Spesifikasi Model Struktural.....	28
Gambar 4.1 Model Pengukuran.....	39
Gambar 4.2 Modifikasi model CFA	42
Gambar 4.3 Structural Modeling	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	64
Lampiran 2 Hasil Uji Turnitin	68
Lampiran 3 Screenshoot Penyebaran Kuesioner	69
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner	70
Lampiran 5 Hasil Output Amos.....	78