

**ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-CUSTOMER*
LOYALTY MELALUI *E-CUSTOMER SATISFACTION* PADA APLIKASI BAHANA
DXTRADE**

SKRIPSI



AGUS ASLICHAN

1191901003

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN
2022**

**ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-CUSTOMER*
LOYALTY MELALUI *E-CUSTOMER SATISFACTION* PADA APLIKASI BAHANA
DXTRADE**

SKRIPSI

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



AGUS ASLICHAN

1191901003

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN
2022**

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 : Agus Aslichan

NIM : 1191901003

Tanda Tangan:



Tanggal : 16 Agustus 2022

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Proposal Skripsi ini diajukan oleh :

NAMA : Agus Aslichan

NIM : 1191901003

PROGRAM STUDI : Ilmu Manajemen

FAKULTAS : Ekonomi dan Ilmu Sosial

JUDUL SKRIPSI Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer
Loyalty Melalui E-Customer Satisfaction pada
Aplikasi Bahana Dxtrade

Telah berhasil dipertaruhkan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ananda Fortunisa, S.E., M.Si.

()

Penguji I : Muchsin Saggaff Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., PhD (


Muchsin)

Penguji II : Deddy Herdiansjah, Ir., M.Sc., M.B.A., Ph.D (



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 15 Agustus 2022

PRAKATA

Pertama-tama dan yang paling utama penulis mengucapkan syukur Alhamdulillah yang dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “pengaruh *e-service quality* terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction* pada aplikasi Bahana DXTrade” tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari penulisan proposal penelitian ini adalah untuk mengajukan judul penelitian guna menyelesaikan skripsi di Universitas Bakrie. Tidak mudah meneruskan sekolah dengan umur yang sudah mencapai separuh baya dan juga kesibukan dan tanggung jawab yang penulis emban di kantor tempat bekerja ataupun di rumah. Penulis mendapatkan bantuan dan dukungan baik secara moril maupun materiil dari berbagai pihak yang terkait sehingga dapat menyelesaikan proposal penelitian ini. Untuk itu penulis haturkan terima kasih kepada:

1. Ibu Ananda Fortunisa, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak arahan dan masukan kepada penulis untuk membantu menyelesaikan proposal ini.
2. Bapak M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D selaku Kaprodi Manajemen beserta jajarannya.
3. Seluruh rekan Prodi Manajemen Batch 12 yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.
4. Anak dan istri penulis yang memberikan motivasi penulis untuk menyelesaikan studi.
5. Orang tua penulis, Bp. Suradjiladi dan Ibu Poppy Fauziah atas doa dan restunya.

Atas segala kekurangan dalam penulisan proposal penelitian ini, penulis terbuka untuk berbagai kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis, bagi perusahaan yang dipilih sebagai objek penelitian serta pihak lain.

Jakarta, 16 Agustus 2022

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Agus Aslichan
NIM : 1191901003
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *E-CUSTOMER SATISFACTION* PADA APLIKASI BAHANA DXTRADE

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/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 : 16 Agustus 2022

Yang menyatakan



(Agus Aslichan)

**ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *E-CUSTOMER SATISFACTION*
PADA APLIKASI BAHANA DXTRADE**

Agus Aslichan

ABSTRAK

Memberikan layanan dengan konsep dan standarisasi dari *e-Service Quality* menjadi langkah penting untuk memberikan kepuasan bagi pengguna aplikasi *online trading*. Dalam hal ini, PT Bahana Sekuritas melalui aplikasi Bahana DXTrade mencoba memberikan layanan *online trading* yang mudah untuk digunakan dan fleksibel melalui *mobile trading application*. Namun, berdasarkan ulasan di *Google Playstore* masih terdapat pengguna yang mengeluhkan kualitas layanan dari aplikasi. Adanya keluhan terhadap kualitas layanan mengindikasikan kecenderungan ketidakpuasan pelanggan yang kemudian dapat menjadi variabel perantara antara kualitas layanan dengan loyalitas pengguna. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai dampak *e-Service Quality* terhadap *e-Customer Loyalty* melalui *e-Customer Satisfaction*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif survey yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner terkait ketiga variabel tersebut. Data diolah melalui analisis deskriptif mean, analisis jalur, dan uji *sobel*. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung puas terhadap layanan yang diberikan oleh aplikasi Bahana DXTrade. *E-Service Quality* ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap *e-Customer Satisfaction* dengan nilai signifikansi <0.000 . Sementara nilai signifikansi pengaruh *e-Service Quality* terhadap *e-Customer Loyalty* serta *e-Customer Satisfaction* terhadap *e-Customer Loyalty* sama-sama berada >0.005 . Untuk pengaruh *e-Service Quality* terhadap *e-Customer Loyalty* melalui *e-Customer Satisfaction* berdasarkan uji *sobel* memiliki nilai *z*-hitung <1.96 dan *p-value* $>0,05$. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa untuk mewujudkan loyalitas pelanggan terhadap aplikasi Bahana DXTrade, pemenuhan variabel *e-Service Quality* dan *e-Customer Satisfaction* saja tidak cukup karena sifatnya yang tidak signifikan.

Kata Kunci : Aplikasi *Trading*, Bahana DXTrade, *E-Service Quality*, *E-Customer Loyalty*, *E-Customer Satisfaction*

**ANALYSIS THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY ON E-CUSTOMER
LOYALTY THROUGH E-CUSTOMER SATISFACTION
ON BAHANA DXTRADE APPLICATION**

Agus Aslichan

ABSTRACT

Providing services with the concept and standardization of e-Service Quality is an important step to provide satisfaction for online trading application users. In this case, PT Bahana Sekuritas through Bahana DXTrade application tries to provide online trading services that are easy to use and flexible through mobile trading applications. However, based on reviews on Google Playstore, there are still users who apply the quality of service from the application. The existence of complaints about service quality can be a customer expectation which then becomes an intermediary between service quality and customers. For this reason, this study aims to analyze the impact of e-Service Quality e-Customer Loyalty through e-Customer Satisfaction. This study uses a quantitative survey method conducted by distributing questionnaires for the three variables. The data was processed through descriptive analysis, path analysis, and Sobel test. The test results indicate that respondents tend to be satisfied with the services provided by the Bahana DXTrade application. E-Service Quality has a significant effect on e-Customer Satisfaction with a significance value of <0.000 . Meanwhile, the significance value of the effect of e-Service Quality on e-Customer Loyalty and e-Customer Satisfaction on e-Customer Loyalty are both >0.005 . For the effect of e-Service Quality on e-Customer Loyalty through e-Customer Satisfaction based on the Sobel test, it has a z-count <1.96 and a p-value >0.05 . From the results of the study, it is known that to realize customer loyalty to the Bahana DXTrade application, the variables of fulfilling e-Service Quality and e-Customer Satisfaction alone are not enough because they are not significant..

Keywords : Trading Application, Bahana DXTrade, E-Service Quality, E-Customer Loyalty, E-Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PRAKATA	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi masalah.....	8
1.3. Batasan masalah	8
1.4. Pertanyaan Penelitian	9
1.5. Tujuan Penelitian.....	9
1.6. Signifikansi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1. E-Service Quality	11
2.1.1. Service Quality	12
2.1.2. E-Service Quality.....	13
2.1.3. Dimensi & Indikator E – Service Quality.....	14
2.2. Customer Satisfaction	22
2.2.1. E-Customer Satisfaction	23
2.2.2. Dimensi & Indikator E-Customer Satisfaction.....	24
2.3. Customer Loyalty	28
2.3.1. E- Customer Loyalty.....	29
2.3.2. Dimensi & Indikator E-Customer Loyalty	29
2.4. Matriks Penelitian Terdahulu	34
2.5. Pengaruh Antar Variabel	38
2.5.1. Pengaruh Antara E-Service Quality Dengan E-Customer Satisfaction	38
2.5.2. Pengaruh Antara E-Customer Satisfaction Dengan E-Customer Loyalty...	39
2.5.3. Pengaruh Antara E-SERVQUAL Dengan E-Customer Loyalty	40

2.6. Kerangka Penelitian	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1. Pendekatan Penelitian.....	43
3.2. Jenis Penelitian	43
3.2.1. Jenis Penelitian Berdasarkan Tujuan Penelitian	44
3.2.2. Jenis Penelitian Berdasarkan Manfaat Penelitian	44
3.2.3. Jenis Penelitian Berdasarkan Waktu Penelitian.....	44
3.2.4. Jenis Penelitian Berdasarkan Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.3 Teknik Pengumpulan Data	45
3.3.1. Survei	45
3.3.2. Studi Kepustakaan	45
3.4 Populasi dan Sampel	46
3.4.1. Populasi.....	46
3.4.2. Sampel	46
3.5. Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Penelitian	47
3.5.1. Variabel Penelitian.....	47
3.5.2. Operasionalisasi Penelitian	48
3.6. Teknik Analisis Data	52
3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	53
3.6.2. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	54
3.6.3. Uji Sobel (<i>Sobel Test</i>).....	55
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas	57
3.7.1 Uji Validitas.....	57
3.7.2. Uji Reliabilitas	57
DAFTAR PUSTAKA	97

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Dimensi E-Service Quality.....	16
Tabel 2.2. Perbandingan Penggunaan Indikator Dimensi E-Service Quality.....	19
Tabel 2.3. Dimensi E-Customer Satisfaction	26
Tabel 2.4. Perbandingan Penggunaan Indikator Dimensi E-Customer Satisfaction.....	27
Tabel 2.5. Dimensi E-Customer Loyalty	31
Tabel 2.6. Perbandingan Penggunaan Indikator Dimensi E-Customer Loyalty	33
Tabel 2.7. Matriks Penelitian ini terhadap Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel.....	48
Tabel 3.2. Pembagian Kelas Analisis Deskriptif Mean.....	54
Tabel 4.1. Uji Validitas	63
Tabel 4.2. Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.3. Uji Mean Dimensi <i>Efficiency</i>	68
Tabel 4.4. Uji Mean Dimensi <i>System Availability</i>	69
Tabel 4.5. Uji Mean Dimensi <i>Fullfilment</i>	71
Tabel 4.6. Uji Mean Dimensi <i>Privacy</i>	72
Tabel 4.7. Uji Mean Dimensi <i>Responsiveness</i>	74
Tabel 4.8. Uji Mean Dimensi <i>Compensation</i>	75
Tabel 4.9. Uji Mean Dimensi <i>Contact</i>	77
Tabel 4.10. Uji Mean Variabel <i>e-Service Quality</i>.....	78
Tabel 4.11. Uji Mean Variabel <i>e-Customer Satisfaction</i>	78
Tabel 4.12. Uji Mean Variabel <i>e-Customer Loyalty</i>.....	80
Tabel 4.13. Hasil Analisis Regresi <i>e-Service Quality (X)</i> terhadap <i>e-Customer Satisfaction (Y)</i>.....	81
Tabel 4.14. Model Summary Pengaruh <i>e-Service Quality (X)</i> terhadap <i>e-Customer Satisfaction (Y)</i>.....	82
Tabel 4.15. Hasil Analisis Regresi <i>e-Service Quality (X)</i> dan <i>e-Customer Satisfaction (Y)</i> terhadap <i>e-Customer Loyalty (Z)</i>	83

Tabel 4.16. Model Summary Pengaruh <i>e-Service Quality</i> (X) terhadap <i>e-Customer Satisfaction</i> (Y).....	84
Tabel 4.17. Nilai Estimasi Parameter	86

DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

Gambar 1.1. Tampilan Layanan <i>Bahana DXTrade</i> dan <i>BIONS Mobile</i> pada <i>Google Play Store</i>	7
Gambar 2.1. Alur Pemaknaan Kualitas Layanan oleh Pelanggan.....	12
Gambar 4.1. Tampilan ‘Halaman Menu Utama’ dan ‘Desktop Watchlist’	59
Grafik 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Grafik 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Grafik 4.3. Pertanyaan Seleksi Mengenai Akses Terakhir Responden ke Aplikasi <i>Bahana DXTrade</i>	62
Grafik 4.4. Histogram Frekuensi Dimensi <i>Efficiency</i>	69
Grafik 4.5. Histogram Frekuensi Dimensi <i>Fullfilment</i>	72
Grafik 4.6. Histogram Frekuensi Dimensi <i>Privacy</i>	73
Grafik 4.7. Histogram Frekuensi Dimensi <i>Responsiveness</i>	74
Grafik 4.8. Histogram Frekuensi Dimensi <i>Compensation</i>	76
Grafik 4.9. Histogram Frekuensi Dimensi <i>Contact</i>	77
Grafik 4.10. Histogram Frekuensi Variabel <i>e-Customer Loyalty</i>.....	79
Grafik 4.11. Histogram Frekuensi Variabel <i>e-Customer Sarisfaction</i>	81
Gambar 4.2. Pengaruh langsung e-SQ (X) terhadap e-CS (Y) (Jalur I).....	82
Gambar 4.3. Pengaruh e-Service Quality (X) dan e-Customer Satisfaction (Y) terhadap e-Customer Loyalty (Z) (Jalur II).....	84
Gambar 4.4. Pengaruh e-Service Quality (X) terhadap e-Customer Loyalty (Z) melalui dan e-Customer Satisfaction (Y)	85
Gambar 4.5. Hasil Uji Sobel.....	86