

**DAMPAK *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-CUSTOMER SATISFACTION*
TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* PENGGUNA *E-COMMERCE SHOPEE***

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Manajemen



PUTRI SHINTA DEWI

1181001043

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

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 : Putri Shinta Dewi

NIM : 1181001043

Tanda Tangan :



Tanggal : 30 Juli 2022


HALAMAN PENGESAHAN
TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:


Nama : Putri Shinta Dewi
NIM : 1181001043
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS)
Judul Skripsi : Dampak *E-Service Quality* dan *E-Customer Satisfaction* Terhadap *E-Customer Loyalty* Pengguna *E-Commerce* Shopee

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirsa Diah Novianti., ST ., M.T. ()

Penguji I : Jerry Heikal, S.T., M.M., Dr. ()

Penguji II : Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 27 Juli 2022

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah wa syukru lillah. Segala puji bagi Allah, dan syukur kepada Nya atas keberhasilan penulis dalam menyelesaikan penelitian ini guna mendapatkan gelar Sarjana dengan judul “**Dampak E-Service Quality dan E-Customer Satisfaction Terhadap E-Customer Loyalty Pengguna E-Commerce Shopee**”. Penulis membuat penelitian ini guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi dan Ilmu Sosial dari Universitas Bakrie. Untuk menyelesaikan penulisan ini tidaklah mudah, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada beberapa pihak yang terlibat di dalamnya, yaitu:

1. Allah SWT, Mamah dan Papah penulis serta keluarga yang turut mendukung dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyusun Tugas Akhir (Skripsi) serta menyertakan doa agar penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Ibu Mirsa Diah Novianti., ST ., M.T., selaku dosen pembimbing penulis yang senantiasa membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam penelitian ini, serta meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyusun penelitian ini.
3. Bapak Jerry Heikal, S.T., M.M., Dr. , dan Ibu Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang sudah membantu penulis dengan memberikan arahan dan bantuan atas saran yang sudah diberikan guna menyempurnakan penelitian ini.
4. Seluruh dosen dari Universitas Bakrie, khususnya prodi Manajemen yang sudah membimbing dan memberikan ilmu yang berguna bagi penulis, sehingga penulis dapat sampai di titik ini dengan bantuan mereka.
5. Kepada teman-teman penulis yang senantiasa memberikan semangat dan masukan kepada penulis.

Jakarta, 27 Juli 2022



(Putri Shinta Dewi)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Putri Shinta Dewi
NIM : 1181001043
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS)
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

“Dampak E-Service Quality dan E-Customer Satisfaction Terhadap E-Customer Loyalty Pengguna E-Commerce Shopee”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/format kan, 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 : 27 Juli 2022

Jakarta, 27 Juli 2022



(Putri Shinta Dewi)

Dampak E-Service Quality dan E-Customer Satisfaction Terhadap E-Customer Loyalty Pengguna E-Commerce Shopee

Putri Shinta Dewi¹

ABSTRAK

Tugas Penelitian ini berisikan adanya pengaruh dari variabel E-Service Quality dengan E-Customer Loyalty, dan juga pengaruh dari E-Customer Satisfaction dengan E-Customer Loyalty. Menggunakan dua uji hipotesis, yaitu Uji Parsial dan Uji Koefisien Determinasi. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan pendekatan logistik multinomial, data sampel diambil dengan menggunakan rumus Slovin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh pada variabel X1 (E-Service Quality) melalui uji parsial terhadap variabel Y (E-Customer Loyalty) dan terdapat pula variabel X2 (E-Customer Satisfaction) yang tidak berpengaruh terhadap variabel Y (E-Customer Loyalty). Penelitian ini menggunakan alat perhitungan IBM SPSS 25, dan menggunakan Pre-Test Kuesioner dengan menunjukkan hasil dari uji validitas dan realibilitas yang menggunakan r-table 0,361 dan tingkat signifikan sebesar 5% atau 0,05. Data responden diambil dengan cara menyebarkan kuesioner melalui google form yang diisi oleh konsumen yang sudah menggunakan Shopee. Populasi dari penelitian ini meliputi dari berbagai kota, dan rentang usia dari 18-42 tahun.

Kata Kunci: E-Service Quality, E-Customer Satisfaction, E-Customer Loyalty

**Impact Of E-Service Quality and E-Customer Satisfaction on E-Customer
Loyalty E-Commerce Shopee Users**

Putri Shinta Dewi¹

ABSTRACT

This study contains the influence of the E-Service Quality variable with E-Customer Loyalty, and also the influence of E-Customer Satisfaction with E-Customer Loyalty. Using two hypothesis tests, namely the Partial Test and the Coefficient of Determination Test. This research is quantitative with a multinomial logistic approach, sample data is taken using the Slovin formula. The results showed that there was an influence on the X1 variable (E- Service Quality) through a partial test on the Y variable (E-Customer Loyalty) and there was also a X2 variable (E- Customer Satisfaction) which had no effect on the Y variable (E-Customer Loyalty). This study uses the IBM SPSS 25 calculation tool, and uses a Pre-Test Questionnaire by showing the results of the validity and reliability test using an r- table of 0.361 and a significant level of 5% or 0.05. Respondent data was taken by distributing questionnaires through a google form filled out by consumers who have used Shopee. The population of this study includes from various cities, and the age range is from 18-42 years.

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

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
2.1 <i>E-Service Quality</i>	6
2.2 <i>E-Customer Satisfaction</i>	6
2.3 <i>E-Customer Loyalty</i>	7
2.4 <i>E-Commerce</i>	8
2.5 Penelitian Terdahulu.....	8
2.6 Kerangka Konseptual Penelitian	10

2.7 Hipotesis.....	11
BAB III	12
3.1 Jenis Penelitian.....	12
3.2 Objek Penelitian	12
3.3 Populasi dan Sampel	13
3.3.1 Populasi	13
3.3.2 Sampel.....	13
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	14
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	14
3.4.1 Sumber Data	14
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	15
3.5 Analisis Deskriptif.....	15
3.6 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	16
3.6.1 Variabel Penelitian	16
3.6.2 Operasional Variabel Penelitian	16
3.7 Teknik Analisis Data	18
3.7.1 Uji <i>Instrument</i>	18
3.7.2 Uji Regresi Logistik Multinomial	19
3.7.3 Uji Kelayakan Model	20
3.7.4 Koefisien Determinasi	20
3.7.5 Uji Hipotesis.....	20
BAB IV	22
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	22
4.1.1 Profil Shopee	22

4.1.2 Sejarah Shopee	22
4.1.3 Visi dan Misi Shopee	23
4.2 Hasil Penelitian.....	24
4.2.1 <i>Pre-Test</i> Kuesioner	24
4.2.2 Uji Validitas	24
4.2.3 Uji Realibilitas.....	25
4.3 Analisis Karakteristik Responden	26
4.4 Analisis Deskriptif.....	30
4.5 Uji Logistik Multinomial.....	34
4.5.1 Uji <i>Goodness of Fit</i> (Kelayakan Model)	34
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi.....	34
4.5.3 Uji Parameter.....	35
4.5.4 Uji Parsial	38
4.5.6 Uji Serentak.....	39
4.6 Pembahasan	39
4.6.1 Faktor pada Dimensi	41
4.6.2 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	46
4.6.3 Pengaruh <i>E-Customer Satisfaction</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	47
BAB V	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	54

DAFTAR TABEL

Table 2. 1: Penelitian Terdahulu	8
Table 3. 1: Skala Likert	15
Table 3. 2: Operasional Variabel.....	16
Table 4. 1: Uji Validitas Pre-Test.....	25
Table 4. 2: Uji Reliabilitas Pre-Test	26
Table 4. 3: Karakteristik Responden	26
Table 4. 4: Analisis Deskriptif	30
Table 4. 5: Hasil Uji Goodness-of-Fit	34
Table 4. 6: Hasil Uji Koefisien Determinasi	35
Table 4. 7: Hasil Uji Parsial	38
Table 4. 8: Hasil Uji Serentak	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1: Weekly Online Shopping 1
Gambar 1. 2: Weekly Online Purchase 2

Gambar 2. 1: Konseptual Penelitian..... 11

Gambar 4. 1: Logo Perusahaan Shopee..... 22
Gambar 4. 2: Hasil Uji Parameter 36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1: Kuesioner Penelitian 54