

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP *E-SATISFACTION* DAN
DAMPAKNYA TERHADAP *E-LOYALTY*
PENGGUNA *E-COMMERCE* LAZADA DI
WILAYAH BEKASI TIMUR**

THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY ON E-SATISFACTION AND ITS IMPACT ON E-LOYALTY OF E-COMMERCE LAZADA USERS IN EAST BEKASI

Oleh : Dian Nurdiana
2017410134

SKRIPSI

Untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi
Program Studi Manajemen pada Universitas Darma
Persada



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMAPERSADA**

2021

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-SATISFACTION DAN DAMPAKNYA TERHADAP E-LOYALTY PENGGUNA E-COMMERCE LAZADA DI WILAYAH BEKASI TIMUR

THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY ON E-SATISFACTION AND ITS IMPACT ON E-LOYALTY OF E-COMMERCE LAZADA USERS IN EAST BEKASI


Oleh
Dian Nurdiana
2017410134


SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada

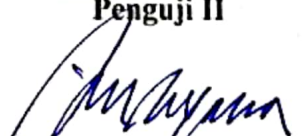
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera dibawah ini
Jakarta, 11 Agustus 2021



Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.
Dosen-Pembimbing


Dr. Firsan Nova, S.E., M.M
Penguji I


Drs Fauzi Baisyir, MM
Penguji II


Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.
Penguji III


Mu'man Nuryana, Ph. D
Dekan Fakultas Ekonomi


Dian Anggraeny Rabim, S.E., M.Si.
Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dian Nurdiana

NIM : 2017410134

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction* Dan Dampaknya Pada *E-Loyalty* Pengguna *E-Commerce* Lazada Di Wilayah Bekasi Timur, yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria Handayani S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun menyalin sebagian hasil dari karya orang lain. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan.

Agustus 2021

Dian Nurdiana

ABSTRAK

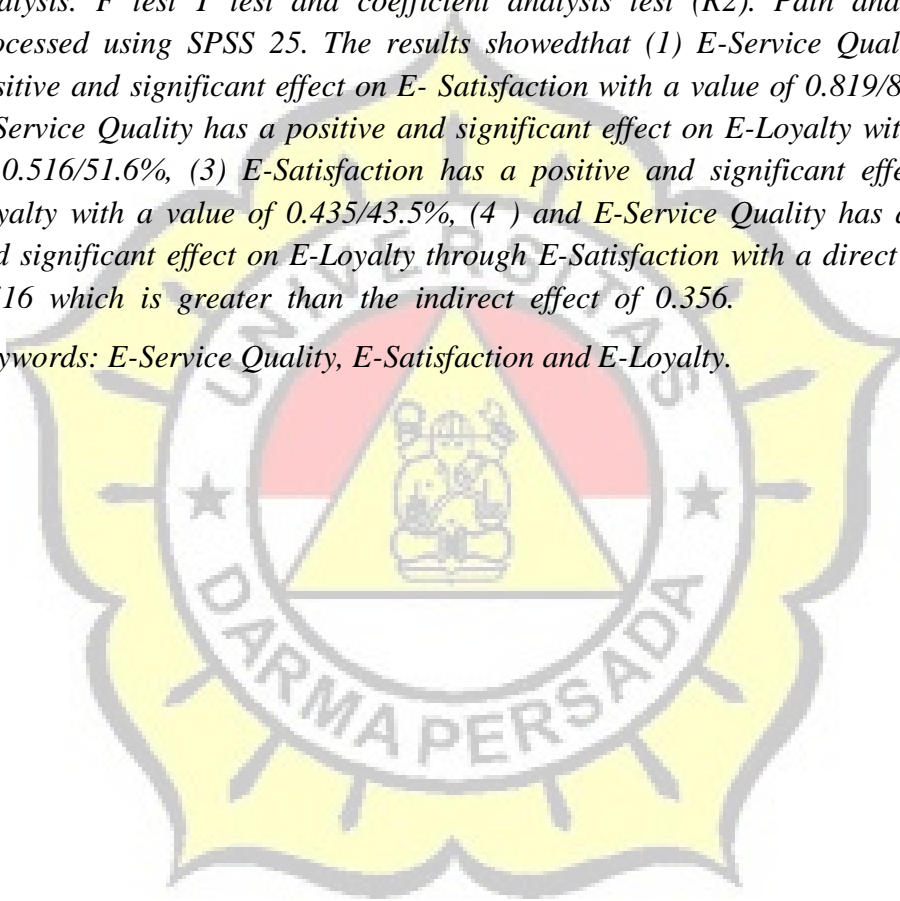
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction* dan Dampaknya Pada *E-Loyalty* Pengguna *E-Commerce* Lazada Di Wilayah Bekasi Timur. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Jumlah kuesioner sebanyak 100 responden yaitu konsumen yang menggunakan *E-commerce* lazada minimal 3 kali dalam 4 bulan terakhir, dan berdomisili di wilayah Bekasi Timur. Teknik sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dan cara pengambilan sampelnya dengan menggunakan *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah *Path Analysis*. Uji F Uji T dan Uji analisis koefisien (R^2). Path analisis diolah menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction* dengan nilai 0,819/81,9% , (2) *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty* dengan nilai 0,516/51,6%, (3) *E-Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty* dengan nilai 0,435/43,5% , (4) dan *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty* melalui *E-Satisfaction* dengan nilai pengaruh langsung sebesar 0,516 adalah lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung sebesar 0,356.

Kata Kunci : *E-Service Quality*, *E-Satisfaction* dan *E-Loyalty*.

ABSTRACT

This study aims to determine the Effect of E-Service Quality on E-Satisfaction and Its Impact on E-Loyalty of Lazada E-Commerce Users in the East Bekasi Region. This study uses primary data obtained from distributing questionnaires. The number of questionnaires is 100 respondents, namely consumers who use Lazada E-commerce at least 3 times in the last 4 months, and domiciled in the East Bekasi area. The sampling technique used is non- probability sampling and the sampling method is using purposive sampling. The analytical tool used is Path Analysis. F test T test and coefficient analysis test (R²). Path analysis was processed using SPSS 25. The results showed that (1) E-Service Quality had a positive and significant effect on E- Satisfaction with a value of 0.819/81.9%, (2) E-Service Quality has a positive and significant effect on E-Loyalty with a value of 0.516/51.6%, (3) E-Satisfaction has a positive and significant effect on E-Loyalty with a value of 0.435/43.5%, (4) and E-Service Quality has a positive and significant effect on E-Loyalty through E-Satisfaction with a direct effect of 0.516 which is greater than the indirect effect of 0.356.

Keywords: E-Service Quality, E-Satisfaction and E-Loyalty.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dan penulisan Skripsi yang berjudul “PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E- SATISFACTION* DAN DAMPAKNYA TERHADAP *E- LOYALTY* PADA PENGGUNA *E- COMMERCE* LAZADA DI BEKASI TIMUR.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat wajib yang ditempuh Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Proposal Skripsi ini banyak memberikan manfaat kepada penulis, baik dari segi akademik maupun tentang non akademik.

Penulis menyadari bahwa dalam mengerjakan Proposal Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya do'a dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing saya yang telah berkenan meluangkan waktu, membantu dan memberikan bimbingan serta pengarahan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Ir. Mu'man Nuryana Ph.D, S.E., M.A. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Ibu Dra Endang Tri Pujiastuti, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
5. Bapak/Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta seluruh karyawan dan staff tata usaha fakultas ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu dari awal perkuliahan sampai penulismenyeseaikan skripsi ini.
6. Orang tua saya yang telah memberikan do'a dan dukungan sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Teman-teman saya yang telah memberikan semangat kepada penulis.

8. Terimakasih untuk seluruh pihak yang terlibat dalam proses penyusunanskripsi ini maaf tidak bisa disebutkan satu persatu.

Demikian laporan proposal skripsi ini dibuat, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga laporan ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 11 Agustus 2021

Dian Nurdiana



DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, Rumusan Masalah.....	13
1.2.1 Identifikasi Masalah	13
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	14
1.2.3 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Kegunaan Penelitian.....	14
1. Kegunaan Teoritis.....	14
2. Kegunaan Praktis	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Pemasaran	16
2.2 <i>E-Commerce</i>	17
2.2.1 Jenis-Jenis <i>E-Commerce</i>	17
2.2.2 Manfaat <i>E-Commerce</i>	19
2.2.3 Kelebihan <i>E-Commerce</i>	22
2.2.4 Kekurangan <i>E-Commerce</i>	22
2.3 <i>E-Service Quality</i>	23
2.3.1 Dimensi <i>E-Service Quality</i>	24

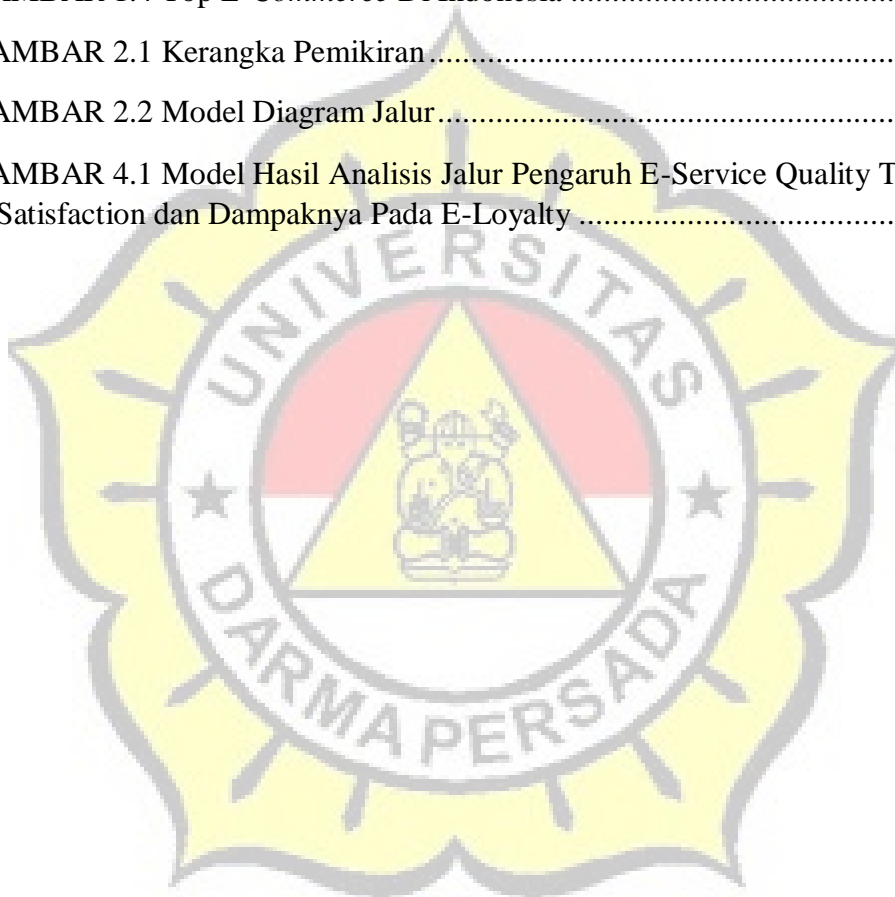
2.4	<i>E-Satisfaction</i>	24
2.4.1	Dimensi <i>E-Satisfaction</i>	25
2.5	<i>E-Loyalty</i>	25
2.5.1	Dimensi <i>E-Loyalty</i>	26
2.6	Penelitian Terdahulu	27
2.7	Kerangka Pemikiran	32
2.8	Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	Metode yang digunakan	35
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian	35
3.3	Operasionalisasi Variabel	35
3.4	Sumber dan Cara Penentuan Data	39
3.4.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	39
3.4.2	Sumber dan Jenis Data.....	40
1.	Data Primer	40
2.	Data Sekunder	40
3.4.3	Populasi dan Sampel.....	40
1.	Populasi.....	40
2.	Sampel.....	41
3.4.4	Teknik Sampling	42
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6	Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	45
3.6.1	Uji Keabsahan Data	45
3.6.1.1	Uji Validitas	45
3.6.1.2	Uji Reabilitas	46
3.6.1.3	Uji Normalitas.....	47
3.7	Alat Analisis	47
BAB IV HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN DAN PEMECAHAN		
MASALAH.....		51
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	51

4.1.1 Sejarah Lazada	51
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	52
1. Visi Lazada.....	52
2. Misi Lazada	52
4.2 Hasil Penelitian dan Karakteristik Responden	52
4.2.1 Karakteristik Responden.....	53
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.2.3 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	54
4.2.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
4.2.5 Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	55
4.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel	56
4.3.1 Variabel <i>E-Service Quality</i> Pada Pengguna <i>E-Commerce</i> Lazada	56
4.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	77
4.4.1 Hasil Uji Validitas	77
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	79
1. Hasil Uji Reliabilitas <i>E-Commerce Quality</i> (X).....	79
2. Hasil Uji Reliabilitas <i>E-Satisfaction</i> (Y).....	80
3. Hasil Uji Reliabilitas <i>E-Loyalty</i> (Z).....	80
4.5 <i>Path Analysis</i>	81
4.5.1 Pengujian Hipotesis 1	81
4.5.2 Pengujian Hipotesis H2 dan H3	83
4.5.3 Pengujian Hipotesis H4	85
BAB V KESIMPULAN.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	92



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR 1.1 Data Pengguna Internet Di Indonesia.....	3
GAMBAR 1.2 Ragam Alasan Konsumen Berbelanja <i>Online</i>	4
GAMBAR 1.3 Aktivitas Pelanggan <i>E-Commerce</i> Di Indonesia.....	4
GAMBAR 1.4 Top <i>E-Commerce</i> Di Indonesia	5
GAMBAR 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
GAMBAR 2.2 Model Diagram Jalur.....	34
GAMBAR 4.1 Model Hasil Analisis Jalur Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction dan Dampaknya Pada E-Loyalty	86



DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL 1.1 Top Brand Index Online Shoooping 2019-2021	7
TABEL 1.2 Daftar Keluhan Konsumen E-commerce Lazada	8
TABEL 2.1 Penelitian Terdahulu	27
TABEL 3.1 Operasionalisasi variabel	36
TABEL 3.2 Skala Likert	43
TABEL 3.3 Interpretasi Nilai Hasil Tanggapan Responden	44
TABEL 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
TABEL 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	54
TABEL 4.3 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	54
TABEL 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	55
TABEL 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	56
TABEL 4.6 Dengan mudah mencari dan menemukan produk yang	57
TABEL 4.7 Kuota internet saya tidak terpakai banyak saat menggunakan aplikasi lazada	57
TABEL 4.8 Lazada menyediakan berbagai produk yang diinginkan.....	58
TABEL 4.9 Lazada menyediakan informasi mengenai hal-hal yang dibutuhkan	59
TABEL 4.10 Terdapat berbagai fitur transaksi, dari transaksi belanja hinggatransaksi pembayaran di Lazada.	59
TABEL 4.11 Semua fitur di Lazada dapatbekerja/berjalan dengan baik sesuai fungsinya	60
TABEL 4.12 Saya percaya bahwa Lazada tidak memberikan informasi pribadi(identitas dan alat pembayaran) kepihak manapun.....	61
TABEL 4.13 Saya percaya bahwa informasi pribadi (identitas dan alat pembayaran) saya tidak akan dicuri oleh hacker/pihak yang tidak bertanggung jawab.....	61
TABEL 4.14 Lazada menangani masalah/keluhan pembelian saya dengan segera	62

TABEL 4.15 Lazada memberitahu harus dilakukan transaksi belanja.....	62
TABEL 4.16 Lazada menawarkan <i>retund</i> /tukar	63
TABEL 4.17 Lazada memberikan Jaminan/Garansi	64
TABEL 4.18 Lazada memiliki layanan konsumen pada aplikasinya	64
TABEL 4.19 Lazada menyediakan layanan <i>customer service</i>	65
TABEL 4.20 Merasa puas menggunakan lazada kapan saja.....	66
TABEL 4.21 Lazada toko online praktik untuk digunakan	66
TABEL 4.22 Penjualan dan penawaran di aplikasi Lazada sesuai.....	67
TABEL 4.23 Brand Ambassador Lazada terpengaruh.....	68
TABEL 4.24 Desain situs lazada cukup menarik untuk digunakan	68
TABEL 4.25 Nyaman menggunakan lazada untuk berbelanja <i>online</i>	69
TABEL 4.26 Merasa aman bertransaksi yang disediakan lazada.....	70
TABEL 4.27 Uang digital/saldo tidak pernah dicuri	70
TABEL 4.28 Menggunakan lazada terus menerus untuk belanja <i>online</i>	71
TABEL 4.29 Selalu menggunakan Lazada untuk berbelanja <i>online</i>	72
TABEL 4.30 Lazada <i>E-commerce</i> saya sarankan oleh keluarga/teman	72
TABEL 4.31 Menceritakan hal-hal <i>positive</i> tentang lazada.....	73
TABEL 4.32 Sering mengunjungi situs lazada	74
TABEL 4.33 Melakukan <i>window shopping</i>	74
TABEL 4.34 Ingin menggunakan Lazada ketika saya ingin berbelanja <i>online</i>	75
TABEL 4.35 Berbelanja <i>online</i> di lazada baik saat ada diskon	76
TABEL 4.36 Hasil Uji validitas	76
TABEL 4.37 Reliabilitas Variabel <i>E-service Quality</i>	78
TABEL 4.38 Reliabilitas Variabel <i>E-satisfaction</i>	78
TABEL 4.39 Reliabilitas Variabel <i>E-loyalty</i>	79
TABEL 4.40 Pengaruh <i>E-service Quality</i> terhadap <i>E-satisfaction</i> pada <i>E-commerce</i> Lazada	79
TABEL 4.41 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-satisfaction</i> pada <i>E-commerce</i> Lazada	81
TABEL 4.42 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> melalui <i>E-Satisfaction</i>	83



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian	93
LAMPIRAN 2 Data Daftar profil Responden.....	100
LAMPIRAN 3 Tabulasi Data Kuesioner Variabel X,Y,Z.....	110
LAMPIRAN 4 Uji Validitas Variabel X,Y,Z.....	119
LAMPIRAN 5 Tabel R.....	126
LAMPIRAN 6 Tabel T	127
LAMPIRAN 7 Tabel F	128
LAMPIRAN 8 Bukti Penyebaran Kuisisioner.....	129
LAMPIRAN 9 Catatan Kegiatan Konsul.....	131
LAMPIRAN 10 Daftar Riwayat Hidup	132

