

ANALISI PENGARUH E-SERVICE QUALITY, TRUST DAN E-WOM TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Pada Masyarakat Pengguna Tokopedia)



Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat Guna Mencapai Derajat Strata 1
Program Studi Manajemen

Disusun oleh :

AMELIA YUSFI RAHMAWATI

B100190114

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2023



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.461 Surakarta

FORM PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Senin, 1 Januari 2023

Assalamu'alaikum wr wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini Dosen Pembimbing skripsi menyatakan

Nama Mahasiswa : Amelia Yusfi Rahmawati

NIM : B100190114

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh E-Service Quality, Trust dan Ewom Terhadap Customer Loyalty dengan Satisfaction Sebagai Variable Intervening

Pembimbing : Ihwan Susila , S.E., M.Si., Ph.D

bahwa skripsi dari mahasiswa tersebut telah melakukan proses pembimbingan sesuai prosedur yang telah ditetapkan dan disetujui untuk menempuh ujian skripsi.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih

Wasalamu'alaikum salam wr wb

Surakarta, Januari 2023

Dosen Pembimbing

(Ihwan Susila , S.E., M.Si., Ph.)

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

“ ANALISI PENGARUH E-SERVICE QUALITY, TRUST dan E-WOM TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”

Yang disusun oleh :

AMELIA YUSFI RAHMAWATI

B 100 190 114

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, januari 2023

Pembimbing Utama



(Ihwan Susila , S.E., M.Si., Ph.D)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, SE., M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **AMELIA YUSFI RAHMAWATI**

NIRM : **B 100 190 114**

Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**

Judul Skripsi : "**ANALISIS PENGARUH E-SERVICE QUALITY, TRUST
DAN EWOM TERHADAP CUSTOMER LOYALTY
DENGAN SATISFACTION SEBAGAI VARIABLE
INTERVENING**"

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan gelar atau ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 1 Januari 2023

Yang membuat pernyataan,

AMELIA YUSFI RAHMAWATI

MOTTO

"Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat dan janganlah kamu melupakan bagianmu dari (kenikmatan) duniawi."

(Q.S Al-Qashas: 77)

"Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya."

(QS. Al-Baqarah: 286)

"Orang tidak akan pernah menilai apa yang kita mulai,tapi orang selalu menilai apa yang kita selsai kan".

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya kecil ini spesial untuk:

1. Allah SWT yang memberikan rahmat, karunia, nikmat, kemudahan serta hidayahnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberi tauladan dan membawa perubahan dari zaman Jahiliyah menuju zaman yang terang benderang ini.
3. Kedua orang tua saya beserta kakak-kakaku dan adikku tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa yang tiada henti, semangat dan motivasi yang sangat besar sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah saya di Universitas Muhammadiyah ini.
4. Sahabat-sahabatku di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah sekalian.
5. Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

ABSTRACT

The development of digital technology is currently increasing rapidly and has a significant impact on all aspects of people's lives. People in the digital era are very mobilized and tend to like things that are instant and practical, one of which is online shopping. The rapid growth of e-commerce has caused many new e-commerce-based companies to emerge and continue to grow, causing fierce competition in the e-commerce industry. This study will analyze the effect of e-service quality, e-wom and trust on customer loyalty with satisfaction as an intervening variable for Tokopedia application users. The sample used was 200 respondents using the Tokopedia application who had made transactions, determined using a nonprobability sampling technique, namely purposive sampling. Questionnaires distributed in the form of Google Form. The results of the questionnaire were analyzed using Partial Least Squares with the SmartPLS 3.0 Software application. The research results show that: (i). e-service quality has a direct effect on customer satisfaction (ii). e-service quality has a direct effect on customer loyalty (iii). trust has a direct effect on satisfaction (iv). e-wom has no direct effect on satisfaction (v). e-wom has no direct effect on customer loyalty (vi). Satisfaction has a direct effect on customer loyalty.

Keywords: E-Service Quality, Trust, e-wom, Satisfaction, Customer Loyalty

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital saat ini semakin pesat dan berdampak signifikan pada seluruh aspek kehidupan masyarakat. Masyarakat di era digital yang sangat termobilisasi dan cenderung menyukai hal-hal yang ada instan dan praktis salah satunya adalah belanja online. Pesatnya pertumbuhan ecommerce menyebabkan banyak perusahaan baru berbasis ecommerce bermunculan dan terus berkembang sehingga menyebabkan perkembangan bisnis industri ecommerce bersaing ketat. Pada penelitian ini akan menganalisis pengaruh *e-service quality*, *e-wom* dan *trust* terhadap *customer loyalty* dengan *satisfaction* sebagai variabel intervening pada pengguna aplikasi Tokopedia. Sampel yang digunakan adalah 200 orang responden pengguna aplikasi Tokopedia yang pernah melakukan transaksi, ditentukan menggunakan teknik *nonprobability sampling* yakni *purposive sampling*. Kuisisioner yang disebar dalam bentuk *Google Form*. Hasil kuisisioner dianalisis menggunakan *Partial Least Squares* dengan aplikasi *SmartPLS 3.0 Software*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (i). *e-service quality* berpengaruh langsung terhadap *customer satisfaction* (ii). *e-service quality* berpengaruh langsung terhadap *customer loyalty* (iii). *trust* berpengaruh langsung terhadap *satisfaction* (iv). *e-wom* tidak berpengaruh langsung terhadap *satisfaction* (v). *e-wom* tidak berpengaruh langsung terhadap *customer loyalty* (vi). *Satisfaction* berpengaruh langsung terhadap *customer loyalty*.

Kata Kunci: *E-Service Quality, Trust, e-wom, Satisfaction, Customer Loyalty*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmah dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS PENGARUH E-SERVICE QUALITY, TRUST DAN EWOM TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN SATISFACTION SEBAGAI VARIABLE INTERVENING“. Adapun maksud serta tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada fakultas ekonomi & bisnis, prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penyusunan, penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan serta tantangan yang penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak. Akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta
2. Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

3. Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
4. Bapak Ihwan Susila , S.E., M.Si., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi atas segala bimbingan, motivasi dan ilmu yang diberikan selama penulisan skripsi
5. Dewan penguji yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk menguji skripsi ini sehingga penulisan skripsi menjadi lebih baik
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu dan memberikan pelayanan akademik mahasiswa.
7. Seluruh keluarga terutama orang tua yang selalu mendukung dan memberi semangat sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan penuh rasa sayang dan dukungan.
8. Serta semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan sehingga tidak dapat disebutkan satu per satu.

Sebagai penutup, penulis menyadari bahwa tidak tertutup kemungkinan didalamnya terdapat kekurangan. Oleh karena itu kritik, saran dan pengembangan penelitian kedepan sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikumwarahmatullahiwabarakatuh

Surakarta, 28 Desember 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
FORM PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kontribusi Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Teori-Teori Terkait Penelitian	7
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Pendekatan Penelitian	28
B. Populasi dan Sampel	28
C. Data dan Sumber Data	30
D. Pengukuran Variabel.....	30
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	31
F. Definisi Operasional.....	31

	G. Prosedur dan Alat Analisis.....	34
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
	A. Karakteristik Responden	40
	B. Hasil Analisis Data.....	48
	C. Pembahasan.....	62
BAB V	PENUTUP.....	69
	A. Kesimpulan	69
	B. Keterbatasan Penelitian.....	70
	C. Saran.....	70
	DAFTAR PUSTAKA	73
	LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penggunaan Layanan <i>E-Commerce</i>	3
Tabel 1.2	Data kunjungan e-commerce.....	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1	<i>Skala Likert</i>	30
Tabel 3.2	Uji Validitas & Relabilitas	38
Tabel 4.1	Identitas Responden	41
Tabel 4.2	Identitas Responden	41
Tabel 4.3	Pekerjaan	42
Tabel 4.4	Gaji/Pendapatan	43
Tabel 4.5	Analisis Responden <i>E-Service Quality</i>	44
Tabel 4.6	Analisis Responden <i>Trust</i>	45
Tabel 4.7	Analisis Responden <i>Ewom</i>	46
Tabel 4.8	Analisis Responden Satisfaction	47
Tabel 4.9	Analisis Responden <i>Customer Loyalty</i>	48
Tabel 4.10	<i>Convergent Validity</i>	50
Tabel 4.11	<i>Discriminant Validity</i>	52
Tabel 4.12	Composite Reability.....	53
Tabel 4.13	<i>Cronbach's Alpha</i>	54
Tabel 4.14	Uji Multikolinieritas.....	55
Tabel 4.15	R Square	57
Tabel 4.16	Q-Square.....	58
Tabel 4.17	Uji Model	58
Tabel 4.17	Dirrect Effect.....	60
Tabel 4.18	Specifict Indirect Effect	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Penelitian	36
Gambar 4.1 Outer Model.....	50
Gambar 4.2 Inner Model.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian	76
Lampiran 2.	Data Responden	79
Lampiran 3.	Outer Model	84
Lampiran 4.	Inner Model.....	86