

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST* TERHADAP *E-SATISFACTION* DAN *E-LOYALTY* PADA PENGGUNA TOKOPEDIA

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Anthony Virawan

200325532

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2025

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST*, TERHADAP *E-SATISFACTION* DAN *E-LOYALTY* PADA PENGGUNA TOKOPEDIA

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Anthony Virawan

200325532

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2025**

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST* TERHADAP *E-SATISFACTION* DAN
E-LOYALTY PADA PENGGUNA TOKOPEDIA**



Disusun oleh:
Anthony Virawan
NPM: 200325532

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'A' and 'S' with a small '6' in the middle.

Api Adyantari S.A., M.BA.

15 Januari 2025

Skripsi

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST* TERHADAP *E-SATISFACTION* DAN *E-LOYALTY* PADA PENGGUNA TOKOPEDIA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Anthony Virawan

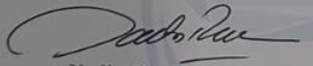
NPM : 200325532

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
Pada tanggal 25 Februari 2025
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai
salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi manajemen

Susunan Panitia Penguji

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji


Nadia Nila Sari, SE., MBA.


Oscar Christmadian Noventra, S.E., M.Sc.


Api Adyantari, S.A., M.B.A

Yogyakarta, Februari 2025
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atmajaya Yogyakarta


FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
Wenefrida Mahestu Noviantra Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST*, TERHADAP *E-SATISFACTION* DAN *E-LOYALTY* PADA PENGGUNA TOKOPEDIA

Segala hasil, isi dan gagasan dalam skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. dari segala pernyataan, ide, maupun kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain, telah saya cantumkan secara tertulis di skripsi ini di dalam bagian daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi , maka gelar dan ijazah yang saya dapatkan dinyatakan tidak sah dan dapat saya kembalikan kepada Universitas Atmajaya Yogyakarta

Yogyakarta, 13 Januari 2025

Yang Menyatakan,



Anthony Virawan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Sang Triratna, Para Buddha dan Bodhisattva karena atas berkat dan anugerah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *E-Service quality*, *E-Trust* terhadap *E-Satisfaction* dan *E-Loyalty* pada pengguna Tokopedia” ini dengan baik dan lancar. Skripsi ini disusun dengan tujuan memenuhi syarat lulus dan mendapatkan gelar Sarjana Manajemen bagi penulis yang berkuliah di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Segala proses penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik dan lancar tentu saja berkat dukungan, doa, serta dorongan dari berbagai pihak. Penulis ingin memberikan ucapan terima kasih serta penghormatan kepada pihak-pihak yang turut serta berperan dalam memberikan dukungan, doa, serta motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Sang Triratna, Para Buddha dan Bodhisattva atas berkat yang melimpah dan kasih karunia-Nya yang senantiasa menyertai penulis.
2. Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang selama ini menjadi tempat bagi penulis untuk mendapatkan pengalaman baru dan dapat berkembang serta menjunjung tinggi nilai unggul, inklusif, integritas, serta humanis.
3. Ibu Api Adyantari S.A, M.BA., selaku dosen pembimbing skripsi yang berkenan untuk meluangkan waktu membimbing, mendampingi, dan memberikan masukan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Keluarga penulis: Mama, Papa, dan Adik-adik yang telah memberikan dukungan

moral maupun material, motivasi, dan dukungan doa bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Keluarga CT: Farel, Brian, Fellysia, Hansen, Kevin, Nicho, Robet, Ruping, Sasa yang telah menjadi keluarga dan tempat pulang disetiap masalah yang penulis hadapi dan menjadi sumber kebahagiaan bagi penulis.
6. Keluarga Chu-chu Akong: Farel, Robet, Melissa, dan Kevin, yang telah memberikan kebahagiaan, pengalaman baru dan mencoba hal baru bersama sama.
7. Teman-teman jauh: Rey, Andre, Edbert, Vincent, Seldi, Caca, Celine, dan teman-teman lainnya di Pekanbaru yang telah menjadi teman penulis semenjak masa sekolah hingga saat ini, dan selalu berbagi cerita sedih maupun senang, dan telah memberikan kebahagiaan, perhatian, rasa aman, pengalaman baru, mengajarkan penulis untuk selalu berpegang teguh kepada Tuhan, dan memenuhi hal yang hilang dan tidak didapatkan dalam diri penulis.
8. Teman-teman seperguruan billiard: Robet, William, Mas Cahya, Nanno, Teman-Teman Komunitas KCF dan CK, dan teman-teman sekeluarga Jogja Blliard yang telah menjadi teman penulis selama masa kuliah, dan selalu menemani, mendukung, dan memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Diri penulis sendiri, yang telah bertahan dan menyelesaikan skripsi ini walaupun banyak kendala dan halangan yang terjadi yang menghambat proses penulisan skripsi ini.
10. Pihak lainnya, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan hiburan, dukungan dan semangat bagi penulis selama kuliah dan menyelesaikan skripsi.

Semoga Tuhan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Pada akhirnya skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan baik, dan penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun, serta dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi para pembacapenulis untuk menyelesaikan skripsi ini

Yogyakarta, 13 Januari 2025

Yang Menyatakan,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Anthony Virawan', with a stylized, cursive script.

Anthony Virawan

DAFTAR ISI

Cover	i
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Sistematika Penulisan	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. <i>E-Service Quality</i>	12
2.1.2. <i>E-Trust</i>	13
2.1.3. <i>E-Satisfaction</i>	14
2.1.4. <i>E-Loyalty</i>	14
2.2. Pengembangan Hipotesis	15
2.2.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	15
2.2.2 Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	16
2.2.3 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	17
2.2.4 Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	19
2.2.5 Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	20
2.2.6 Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> Dalam Memediasi Hubungan Antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-Loyalty</i>	21
2.2.7 Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> Dalam Memediasi Hubungan Antara <i>E-Trust</i> dan <i>E-Loyalty</i>	22
2.3. Penelitian Terdahulu	23

2.4. Kerangka Penelitian	25
BAB III.....	26
METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1. Desain Penelitian	26
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	26
3.3. Metode Pengukuran Data.....	27
3.4. Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.4.1. Populasi	27
3.4.2. Sampel.....	28
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.6 Metode Pengujian Instrumen.....	34
3.6.1. Analisis Validitas.....	35
3.6.2. Analisis Reliabilitas.....	35
3.7 Metode Analisis Data.....	36
3.7.1 Analisis Deskriptif	36
3.7.2 Analisis <i>Outer Model</i>	37
3.7.3 Analisis <i>Inner Model</i>	38
3.7.4 Uji Variabel Mediasi	39
Bab IV	41
HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Desain Penelitian	41
4.1.1 Pertanyaan Filter Responden.....	41
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Demografi	43
4.1.3 Statistika Deskriptif Variabel.....	45
4.2 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	52
4.2.1 Analisis Uji Validitas Konvergen	52
4.2.2 Analisis Uji Validitas Diskriminan	54
4.2.3 Analisis Uji Reliabilitas	56
4.3 Hasil Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	57
4.3.1 Analisis <i>R-Square</i> Model.....	57
4.4 Pengujian Hipotesis.....	59
4.5 Pembahasan Hipotesis	63
4.5.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	63
4.5.2 Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	64

4.5.3	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-loyalty</i>	65
4.5.4	Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-loyalty</i>	66
4.5.5	Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> terhadap <i>E-loyalty</i>	67
4.5.6	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-loyalty</i> dengan dimediasi oleh <i>E-Satisfaction</i>	68
4.5.7	Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-loyalty</i> dengan dimediasi oleh <i>E-Satisfaction</i>	69
BAB V		71
PENUTUP.....		71
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Implikasi Manajerial	73
5.3	Keterbatasan Penelitian	75
5.4	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....		77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel <i>E-Service Quality</i>	30
Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel <i>E-Trust</i>	31
Tabel 3.3. Operasionalisasi Variabel <i>E-Satisfaction</i>	32
Tabel 3.4. Operasionalisasi Variabel <i>E-Loyalty</i>	33
Tabel Interval	37
Tabel 4.1. Jumlah Responden Yang Mengetahui Tokopedia.....	42
Tabel 4.2. Jumlah Responden yang memiliki akun Tokopedia.....	42
Tabel 4.3. Jumlah Responden yang pernah berbelanja di Tokopedia	42
Tabel 4.4. Profil Responden Penelitian	44
Tabel 4.5. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel <i>E-Service Quality</i>	46
Tabel 4.6. Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>E-Trust</i>	48
Tabel 4.7 Deskripsi jawaban Responden pada Variabel <i>E-Satisfaction</i>	50
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel <i>E-Loyalty</i>	51
Tabel 4.9. Uji Validitas Konvergen	53
Tabel 4.10. Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	54
Tabel 4.11. Nilai <i>Loading</i> Silang (<i>Cross Loading</i>)	55
Tabel 4.12. Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.13. Hasil Pengujian <i>R Square</i>	57
Tabel 4.14. Pengujian Hipotesis	59
Tabel 4.15. Pengujian Hipotesis Peran Mediasi.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Indeks Pengguna Internet Di Indonesia	1
Gambar 1.2. Rata-Rata Pengunjung.....	3
Gambar 1.3. Fitur Tokopedia	4
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian	25
Gambar 3.1. Pola Konsistensi Mediasi dan Non Mediasi.....	40
Gambar 4.1. Model Struktural <i>PLS Algorithm</i>	57
Gambar 4.2. Gambar Pengujian Hipotesis.....	59
Gambar 4.3. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i> Dengan Dimediasi Oleh <i>E-Satisfaction</i>	62
Gambar 4.4. Pengaruh <i>E-Trust</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i> Dengan Dimediasi Oleh <i>E-Satisfaction</i>	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Kuesioner	82
Lampiran 2 Pertanyaan Kuesioner	83
Lampiran 3 Google Form.....	88
Lampiran 4 Hasil Pengisian Responden	100
Lampiran 5 Hasil Olah Data <i>SmartPLS</i>	111
Lampiran 6 Struktur Kerangka <i>SEM-PLS</i>	115
Lampiran 7 . Jurnal Acuan	116

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST*, TERHADAP *E-SATISFACTION* DAN *E-LOYALTY* PADA PENGGUNA TOKOPEDIA

Disusun Oleh:

Anthony Virawan

Dosen Pembimbing:

Api Adyantari, S.A., M.B.A.

**Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan
Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

Jalan Babarsari 43-33, Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif untuk menguji pengaruh *E-Service Quality* dan *E-trust* terhadap *E-Loyalty* dengan mediasi oleh *E-Satisfaction* pada pengguna Tokopedia. Menggunakan model persamaan struktural untuk menyelidiki hubungan antar variabel. Data dikumpulkan dari 286 orang yang aktif menggunakan Tokopedia untuk melakukan pembelian *online*. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan menggunakan skala *likert* 5 poin melewati platform Google Form sebagai media kuesioner yang disebarkan melalui Sosial Media. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modelling (SEM)* dengan menggunakan *Software Partial Least Square (Smart PLS)*. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction* dan *E-Loyalty*. *E-Trust* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction* dan *E-Loyalty*. *E-Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty*. Selain itu, *E-Satisfaction* juga terbukti mampu memediasi hubungan antara *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *E-Loyalty*.

Kata Kunci: Tokopedia, *E-Service Quality*, *E-Trust*, *E-Satisfaction*, *E-Loyalty*,