

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP *E-SATISFACTION* DAN *E-LOYALTY* PADA APLIKASI SHOPEE

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan
Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun oleh :

Raynaldo Excyeldias Dinesh Kumar

NPM: 200325279

DEPARTEMEN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI
PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP *E-SATISFACTION*
DAN *E-LOYALTY* PADA APLIKASI SHOPEE

Disusun oleh :

Raynaldo Exeyeldias Dinesh Kumar

NPM: 200325279

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing



Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A.

22 Januari 2026

SKRIPSI
PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP *E-SATISFACTION*
DAN *E-LOYALTY* PADA APLIKASI SHOPEE

Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh
Raynaldo Excyeldias Dinesh Kumar
NPM: 200325279

Telah dipertahankan didepan Panitia Penguju
Pada tanggal 8 Januari 2026
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



Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, M.Sc. Ph. D.

Anggota Panitia Penguji



Oscar Chrismadian Noventa, SE., M.Sc.



Vonezyo Yupanzara Dharomesz, SE., MBA

Yogyakarta, 22 Januari 2026
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Satisfaction dan E-Loyalty pada Aplikasi Shopee

Merupakan hasil karya yang ditulis oleh saya sendiri baik pernyataan, ide, kutipan langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain akan dinyatakan tertulis dalam skripsi penelitian ini pada daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiaris baik sebagian maupun keseluruhan dalam skripsi ini maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan saya akan mengembalikan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 16 Desember 2025

Yang menyatakan,



Raynaldo Excyeldias Dinesh Kumar

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul: Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap *E-Satisfaction* dan *E-Loyalty* pada Aplikasi Shopee disusun dengan tujuan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah menjadi jawaban atas segala kesusahan dan kebingungsagaan dalam kondisi apapun, serta memberikan pelajaran yang sangat berharga bagi penulis untuk tidak putus asa dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan tempat kepada penulis untuk berproses serta dapat berdinamika dalam menempuh Pendidikan Sarjana Manajemen.
3. Bapak Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A., yang berbesar hati mendampingi dalam proses penyusunan skripsi dengan sabar, respon yang sangat cepat dan selaku dosen pembimbing yang senantiasa mendampingi, sabar, dan memberikan saran yang terbaik untuk penulis sehingga skripsi dapat selesai dengan baik.
4. Bapak dan Ibu yang selalu menyertai penulis dengan doa yang terbaik dan memberi dukungan tanpa henti, baik dengan doa, kasih sayang, maupun dukungan moral dan material selama peneliti menempuh pendidikan hingga tahap ini,
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis yang telah memberikan dukungan, doa, semangat, dan motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung kepada peneliti, sehingga pengerjaan tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Dan terakhir untuk penulis sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah

bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah dan bertahan sampai sejauh ini.

Pada skripsi ini yang luput dengan segala kesalahan tersimpan harapan bagi penulis agar dapat bermanfaat kepada seluruh yang terlibat. Penulis memohon maaf dengan tulisan jika terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi.

Yogyakarta, 16 Desember 2025

A handwritten signature in blue ink, consisting of several fluid, overlapping strokes that form a stylized representation of the author's name.

Raynaldo Excyeldias Dinesh Kumar

MOTTO

“Kebijaksanaan adalah kekuatanku, kerendahan hati adalah mahkotaku, dan
cahaya adalah warisanku.”

-Raynaldo Excyeldias Dines Kumar-

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAH	i
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penelitian	11
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Kualitas Layanan Elektronik (<i>E-Service Quality</i>)	13
2.1.2 Kepercayaan Elektronik (<i>E-Trust</i>)	14
2.1.3 Kepuasan Elektronik (<i>E-satisfaction</i>)	15
2.1.4 Kesetiaan Elektronik (<i>E-Loyalty</i>)	16
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Pengembangan Hipotesis	28
2.3.1 Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i>	28
2.3.2 Hubungan antara <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-satisfaction</i>	28
2.3.3 Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i>	29

2.3.4	Hubungan <i>E-Trust</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i>	29
2.3.5	Hubungan antara <i>E-Satisfaction</i> dan <i>E-Loyalty</i>	30
2.3.6	<i>E-Satisfaction</i> Memediasi pengaruh <i>E-service Quality</i> dan <i>E-Loyalty</i>	30
2.3.7	<i>E-Satisfaction</i> Memediasi Pengaruh <i>E-trust</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i>	31
2.4	Kerangka Penelitian	31
BAB III.....		33
METODOLOGI PENELITIAN		33
3.1	Jenis Penelitian	33
3.2	Objek, Subjek, dan Tempat Penelitian.....	34
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	35
3.3.1	Populasi Penelitian	35
3.3.2	Sampel Penelitian.....	35
3.3.3	Teknik Pengumpulan Sampel.....	35
3.4	Metode Pengumpulan Data	36
3.5	Definisi Operasional	37
3.6	Metode Pengukuran Data	43
3.7	Model Analisis Data	43
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif	43
3.7.2	Metode Analisis Data PLS-SEM.....	43
BAB IV		49
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Analisis Deskriptif karakteristik Profil responden	49
4.1.1	Distribusi Data	49
4.1.2	Karakteristik Jenis Kelamin	49
4.1.3	Karakteristik Umur.....	50
4.1.4	Pendidikan Terakhir	51
4.1.5	Karakteristik Pekerjaan	51
4.1.6	Karakteristik Pendapatan Rata-Rata Perbulan	52
4.2	Analisis PLS-SEM	52

4.3	<i>Analisis Outer Model</i>	53
4.4	<i>Inner Model</i>	59
4.5	Pengujian Hipotesis	60
4.6	Hasil Uji Mediasi.....	62
4.7	Pembahasan Hipotesis	63
4.7.1	Pengaruh <i>E-service quality</i> Terhadap <i>E-satisfaction</i>	63
4.7.2	Pengaruh <i>E-trust</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i>	64
4.7.3	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i>	65
4.7.4	Pengaruh <i>E-Trust</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i>	66
4.7.5	Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i>	67
4.7.6	Pengaruh Mediasi <i>E-Satisfaction</i> terhadap <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-Loyalty</i> . 68	
4.7.7	Pengaruh Mediasi <i>E-Satisfaction</i> Terhadap <i>E-Trust</i> dan <i>E-Loyalty</i> 70	
BAB V		73
PENUTUP		73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Implikasi Manajerial.....	75
5.3	Keterbatasan Penelitian	77
5.4	Saran Penelitian	77
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN		84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	31
Gambar 3. 1 Model Mediator Sederhana	46
Gambar 3. 2 Alur Analisis Mediasi	47
Gambar 4. 1 Model Struktural	53
Gambar 4. 2 Model Konstruk.....	54
Gambar 4. 3 Konstruk Bootstrapping	60
Gambar 4. 4 Efek <i>E-satisfaction</i> Memediasi <i>E-service quality</i> Terhadap <i>E-loyalty</i>	68
Gambar 4. 5 Efek <i>E-satisfaction</i> Memediasi <i>E-trust</i> Terhadap <i>E-loyalty</i>	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pertumbuhan Pengguna Internet Per Jiwa di Dunia (Tahun 2021-2024)	1
Tabel 1. 2 <i>E-Commerce</i> di Indonesia	3
Tabel 1. 3 Persentase Pengunjung <i>E-Commerce</i> di Indonesia (Periode November 2023 – Desember 2023)	4
Tabel 1. 4 Kepuasan Konsumen <i>E-commerce</i>	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	39
Tabel 3. 2 Skala Likert	43
Tabel 4. 1 Distribusi Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Filter	49
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4. 3 Umur Responden	50
Tabel 4. 4 Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4. 5 Karakteristik Pekerjaan	51
Tabel 4. 6 Karakteristik Pendapatan Rata-Rata Per Bulan	52
Tabel 4. 7 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	54
Tabel 4. 8 <i>Average Variance Extracted</i>	56
Tabel 4. 9 <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	56
Tabel 4. 10 <i>Variance Inflation Factor</i>	57
Tabel 4. 11 <i>Cross Loading</i>	58
Tabel 4. 12 Nilai dari <i>R-Square</i> (R ²)	59
Tabel 4. 13 Nilai dari <i>F-Square</i> (F ²)	59
Tabel 4. 14 <i>Path Coefficients</i>	60
Tabel 4. 15 <i>Specific Indirect Effect</i>	62
Tabel 4. 16 Efek <i>E-satisfaction</i> Memediasi <i>E-service quality</i>	68
Tabel 4. 17 Efek <i>E-satisfaction</i> Memediasi <i>E-trust Terhadap</i>	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 2: Bukti penyebaran.....	88
Lampiran 3: Data Mentah Kuesioner.....	101
Lampiran 4: Hasil Olah data PLS-SEM 3.....	137

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP
E-SATISFACTION DAN *E-LOYALTY* PADA APLIKASI SHOPEE**

Raynaldo Excyeldias Dinesh Kumar

200325279

Pembimbing

Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A.

Departemen Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jl. Babarsari No.43-44, Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkembangannya teknologi informasi yang mengubah pola aktivitas masyarakat dalam beberapa aspek kehidupan, termasuk pada ekonomi dan perdagangan. Perkembangan yang terjadi pada ekonomi dan perdagangan yang terjadi yaitu adanya platform jual beli secara daring. Oleh karena itu, Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak pada aktivitas *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction*. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan mengumpulkan data menggunakan melalui kuesioner, menggunakan teknik *purposive sampling* melalui Google Form dengan skala Likert 5 poin. Responden dalam penelitian ini berjumlah 266 yang Mengetahui dan pernah menggunakan aplikasi Shopee dan Pernah melakukan transaksi atau berbelanja di aplikasi Shopee. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan SmartPLS 3.0 dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.0 Hasil penelitian menunjukkan *e-service quality* dan *e-trust* berdampak positif terhadap *e-satisfaction* dan *e-loyalty*. Selain itu, *e-satisfaction* sepenuhnya memediasi hubungan antara *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-loyalty*.

Kata Kunci: *E-service quality, E-trust, E-satisfaction, E-loyalty*