

**PENGARUH *ELECTRONIC SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA *ONLINE RETAILERS*: STUDI PADA BUKALAPAK.COM**



OLEH:

**STEPHEN
3103014023**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018**

HALAMAN JUDUL

PENGARUH *ELECTRONIC SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA *ONLINE RETAILERS*: STUDI PADA BUKALAPAK.COM

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

Oleh:
STEPHEN
3103014023

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *ELECTRONIC SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA *ONLINE RETAILERS*: STUDI PADA BUKALAPAK.COM**

Oleh:
STEPHEN
3103014023

Telah disetujui dan diterima dengan baik
Untuk diajukan kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.SI

Tanggal: 20 Desember 2017

Pembimbing II,



Drs. Ec. Siprianus S. Sina, MM.

Tanggal: 20 Desember 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Stephen NRP 3103014023 Telah diuji pada tanggal 15 Januari 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si

NIK.311.95.0228

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM

NIK.321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc

NIK.311.11.0678

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Stephen

NRP : 3103014023

Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Pada *Online Retailers*: Studi Pada Bukalapak.com

Menyatakan tugas akhir skripsi ini merupakan karya tulis sendiri. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 Desember 2017

Yang menyatakan,



Stephen

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, oleh karena rahmat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Electronic Service Quality Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Pada Online Retailers: Studi Pada Bukalapak.com*”. Ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga, antara lain untuk:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dengan sabar, membantu memberikan masukan, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Bapak Drs. Ec. Siprianus S. Sina, MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing, membantu memberikan masukan, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.

5. Ibu Dr. Tuty Lindawati SE., MM selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis selama menempuh kuliah dari semester satu hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
6. Semua Bapak/Ibu dosen Fakultas Bisnis yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
7. Orang tua dan keluarga besar atas dukungan doa dan moral serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.
8. Teman-teman seperjuangan (Jojo, Michael, Edward, Ardita, Yosua, Andrian, Harjo, Marcell, Melvin, Erwin, Roky, Allen, Danny, dan Ryan), terima kasih sudah memotivasi penulis. Dukungan kalian benar-benar berarti bagi penulis, hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh responden penelitian yang telah menyempatkan waktu dalam pengisian kuesioner.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi kepentingan masyarakat luas dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada khususnya.

Surabaya, 20 Desember 2017

Stephen

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Penulisan.....	6
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	8
2.2.1. <i>Online Shopping</i>	8
2.2.1.1. Keunggulan <i>Online Shopping</i>	9
2.2.1.2. Kelemahan <i>Online Shopping</i>	10

2.2.1.3. Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Melakukan <i>Online</i> <i>Shopping</i>	10
2.2.2. <i>Electronic Service Quality</i>	11
2.2.3. <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.2.4. <i>Customer Loyalty</i>	20
2.3. Pengaruh Antar Variabel.....	24
2.3.1. Pengaruh <i>Efficiency</i> terhadap <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	24
2.3.2. Pengaruh <i>System Availability</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	24
2.3.3. Pengaruh <i>Fulfillment</i> terhadap <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	24
2.3.4. Pengaruh <i>Privacy</i> terhadap <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	25
2.3.5. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	25
2.4. Model Penelitian.....	26
2.5. Hipotesis Penelitian.....	27
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	28
3.1. Desain Penelitian.....	28
3.2. Identifikasi Variabel.....	28
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	29
3.3.1. <i>Efficiency</i>	29
3.3.2. <i>System Availability</i>	29
3.3.3. <i>Fulfillment</i>	30

3.3.4. <i>Privacy</i>	30
3.3.5. <i>Customer Satisfaction</i>	30
3.3.6. <i>Customer Loyalty</i>	31
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	31
3.4.1. Jenis Data.....	31
3.4.2. Sumber Data.....	32
3.5. Pengukuran Variabel.....	32
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	32
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.7.1. Populasi.....	33
3.7.2. Sampel.....	33
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.8. Teknik Analisis Data.....	34
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Sampel Penelitian.....	37
4.2 Karakteristik Responden.....	37
4.2.1 Usia.....	38
4.2.2 Jenis Kelamin.....	38
4.2.3 Domisili.....	39
4.2.4 Pendidikan.....	39
4.2.5 Pendapatan.....	39
4.2.6 Pekerjaan.....	40
4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	40
4.3.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Efficiency</i>	41
4.3.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>System Availability</i>	43

4.3.3	Statistik Deskriptif Variabel <i>Fulfillment</i>	43
4.3.4	Statistik Deskriptif Variabel <i>Privacy</i>	45
4.3.5	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	45
4.3.6	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	46
4.4	Analisis Data.....	47
4.4.1	Uji Normalitas Data.....	48
4.4.2	Uji Kecocokan Model.....	50
4.4.3	Uji Validitas.....	51
4.4.4	Uji Reliabilitas.....	52
4.5	Persamaan Struktural.....	53
4.6	Pengujian Hipotesis.....	53
4.7	Pembahasan.....	54
4.7.1	Pengaruh <i>Efficiency</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Bukalapak.com.....	54
4.7.2	Pengaruh <i>System Availability</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Bukalapak.com.....	56
4.7.3	Pengaruh <i>Fulfillment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Bukalapak.com.....	57
4.7.4	Pengaruh <i>Privacy</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Bukalapak.com.....	58
4.7.5	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Bukalapak.com.....	59

BAB 5 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	61
5.1 Simpulan.....	61
5.2 Saran.....	62
5.2.1 Saran Praktis.....	62
5.2.2 Saran Akademis.....	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Pembagian Kuesioner.....	37
Tabel 4.2 Usia.....	38
Tabel 4.3 Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.4 Domisili.....	39
Tabel 4.5 Pendidikan.....	39
Tabel 4.6 Pendapatan.....	40
Tabel 4.7 Pekerjaan.....	40
Tabel 4.8 Interval Rata-Rata Skor.....	41
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Efficiency</i>	42
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>System Availability</i>	43
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Fulfillment</i>	44
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>Privacy</i>	45
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	46
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	46
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	48
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	50
Tabel 4.17 Uji Kecocokan Model.....	50
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.20 Persamaan Struktural.....	53
Tabel 4.21 Pengujian Hipotesis.....	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	26
Gambar 4.1 <i>Path Diagram (T-Value)</i>	48

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Responden
- Lampiran 3. Identitas Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Output *Lisrel*
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Gambar *Path Diagram*

Pengaruh *Electronic Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Pada *Online Retailers*: Studi Pada Bukalapak.com

ABSTRAK

Electronic service quality (E-S-Qual) dapat dievaluasi berdasarkan empat dimensi, yaitu: *efficiency*, *system availability*, *fulfillment*, dan *privacy*. Keempat dimensi *E-S-Qual* tersebut memiliki peranan penting dalam bisnis *online* dimana pelanggan menginginkan layanan yang prima ketika melakukan transaksi pada bisnis *online retailers*. Karena itu *E-S-Qual* dapat menciptakan persepsi atau penilaian para pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh peritel *online* berdasarkan pengalaman ketika mereka berbelanja secara *online*. Dengan demikian *E-S-Qual* merupakan aspek terpenting yang harus diperhatikan oleh peritel *online* karena dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan secara langsung. Dengan meningkatnya kepuasan pelanggan, peritel *online* juga harus memperhatikan loyalitas pelanggan, karena pada saat pelanggan merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan, maka akan ada kecenderungan pelanggan melakukan pembelian kembali pada peritel *online* tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *efficiency*, *system availability*, *fulfillment*, *privacy* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Bukalapak. Sampel yang digunakan sebanyak 150 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis SEM dengan bantuan program LISREL 8.70. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *efficiency*, *system availability*, *fulfillment*, dan *privacy* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. Kemudian *customer satisfaction* juga memiliki pengaruh yang positif terhadap *customer loyalty*.

Kata Kunci: *Efficiency, System Availability, Fulfillment, Privacy, Customer Satisfaction, dan Customer Loyalty*

The Effect of Electronic Service Quality on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction at Online Retailers: Study on Bukalapak.com

ABSTRACT

Electronic service quality (E-S-Qual) can be evaluated based on it's four dimensions, namely: efficiency, system availability, fulfillment, and privacy. The four dimensions of E-S-Qual have an important role in online retailers business where customer want a excellent service in online business transactions. Because of that E-S-Qual could create a perception or evaluation by customer to the service quality by online retailers based on their online shopping experience. Thus E-S-Qual is the most important aspect to be considered by online retailers because it can affect the level of customer satisfaction directly. With the increase of customer satisfaction, online retailers must also pay attention to customer loyalty, because when customer feel satisfied with the quality of services they provide, then there will be a tendency of customer to repurchase at the online retailers.

This study aims to examine the effect of efficiency, system availability, fulfillment, and privacy on customer loyalty at Bukalapak through customer satisfaction. The sample used was 150 respondents. This study uses SEM technique aided by LISREL 8.70 program. The results show that efficiency, system availability, fulfillment, and privacy have positive effect on customer satisfaction. Besides, it is also found that customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty.

Keywords: Efficiency, System Availability, Fulfillment, Privacy, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty