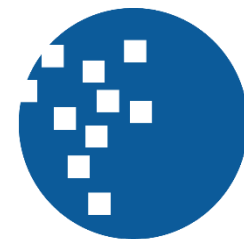


**PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP
E-LOYALTY DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA LOGISTIK E-COMMERCE**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Ahmad Fauzi

00000060197

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP
E-LOYALTY DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA LOGISTIK E-COMMERCE**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Ahmad Fauzi

0000006197

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ahmad Fauzi

Nomor Induk Mahasiswa : 00000060197

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Mediasi pada Logistik E-Commerce merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 11 Juni 2025



Ahmad Fauzi

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

*Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Loyalty dengan
E-Satisfaction sebagai Variabel Mediasi pada Logistik E-Commerce*

Oleh

Nama : Ahmad Fauzi
NIM : 0000006197
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk disajikan pada 11 Juni 2025
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, 11 Juni 2025

Pembimbing



Helena Dewi, S.E., M.S.M.
NIDN : 0310098303

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
NIDN : 0323047801

3

*Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai
Variabel Mediasi pada Logistik E-Commerce, Ahmad Fauzi, Universitas Multimedia Nusantara*

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Mediasi pada Logistik E-Commerce

Oleh

Nama : Ahmad Fauzi
NIM : 0000006197
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 18 Juni 2025

Pukul 09.30 s.d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang



Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M.
NIDN : 0314018302

Penguji



Felix Sutisna, S.E., M.M.
NIDN : 0307067701

Pembimbing



Helena Dewi, S.E., M.S.M.
NIDN : 0310098303

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
NIDN : 0323047801

4

Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Mediasi pada Logistik E-Commerce, Ahmad Fauzi, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Fauzi

NIM : 0000006197

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *E-Loyalty* dengan *E-Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi pada Logistik E-Commerce

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 11 Juni 2025



Ahmad Fauzi

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul *“Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Mediasi pada Logistik E-Commerce”*. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) dan kepercayaan elektronik (*e-trust*) terhadap loyalitas elektronik (*e-loyalty*) dengan kepuasan elektronik (*e-satisfaction*) sebagai variabel mediasi dalam konteks layanan logistik e-commerce di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran dan praktis bagi platform e-commerce serta penyedia logistik dalam meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini, antara lain:

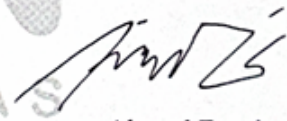
1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Helena Dewi, S.E., M.S.M., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Teman-teman seperjuangan, terutama Muhammad Fahreza Rowi, Lutfi Ali Yahya, Rexsy Subagya, Mozart Elka Maulana, Daffa Baihaki, Bifadhlika, yang telah memberikan semangat dan dukungan selama proses penyusunan skripsi.
7. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian skripsi ini
8. Kekasih Della Salsabella, yang dengan sabar memberikan dukungan emosional, semangat, dan motivasi di setiap langkah perjalanan akademik ini. Terima kasih telah menjadi sumber ketenangan dan kekuatan dalam menghadapi tantangan selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi dunia akademik, pelaku industri e-commerce, dan penyedia logistik, serta menjadi inspirasi bagi penelitian selanjutnya di bidang logistik e-commerce.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tangerang, 11 Juni 2025



Ahmad Fauzi

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP
E-LOYALTY DENGAN *E-SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
PADA LOGISTIK E-COMMERCE**

Ahmad Fauzi

ABSTRAK

Perkembangan e-commerce di Indonesia telah mendorong transformasi sektor logistik, dengan munculnya layanan logistik internal seperti Shopee Express dan penyedia pihak ketiga seperti J&T, JNE, SiCepat, dan GoSend. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-loyalty* dengan *e-satisfaction* sebagai variabel mediasi pada layanan logistik e-commerce di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, melibatkan responden pengguna yang pernah menggunakan layanan logistik tersebut. Data *Pre-Test* dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics 25 dan data *Main-Test* dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* dan *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* dan *e-loyalty*, kemudian *e-satisfaction* juga terbukti memediasi yang memperkuat pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-loyalty*. Secara keseluruhan, semakin baik kualitas layanan dan semakin tinggi kepercayaan pelanggan, maka kepuasan dan loyalitas mereka terhadap layanan logistik e-commerce akan meningkat.

Kata kunci: *e-service quality*, *e-trust*, *e-satisfaction*, *e-loyalty*, logistik e-commerce

***The Influence of E-Service Quality and E-Trust on E-Loyalty with
E-Satisfaction as a Mediating Variable in E-Commerce Logistics***

Ahmad Fauzi

ABSTRACT (English)

The development of e-commerce in Indonesia has driven the transformation of the logistics sector, marked by the emergence of in-house logistics services such as Shopee Express and third-party providers like J&T, JNE, SiCepat, and GoSend. This study aims to analyze the influence of e-service quality and e-trust on e-loyalty, with e-satisfaction as a mediating variable in the context of e-commerce logistics services in Indonesia. The research adopts a quantitative approach using a survey method, involving respondents who have previously used these logistics services. Pre-test data were analyzed using IBM SPSS Statistics 25, while main-test data were analyzed using PLS-SEM with SmartPLS software. The results indicate that both e-service quality and e-trust have a positive and significant effect on e-satisfaction and e-loyalty. Furthermore, e-satisfaction is proven to mediate and strengthen the influence of e-service quality and e-trust on e-loyalty. Overall, the better the service quality and the higher the customer trust, the greater their satisfaction and loyalty toward e-commerce logistics services.

Keywords: *e-service quality, e-trust, e-satisfaction, e-loyalty, e-commerce logistics*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT (English).....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
1.5 Batasan Penelitian.....	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II.....	16
LANDASAN TEORI.....	16
2.1 Tinjauan Teori.....	16
2.1.1 Marketing.....	16
2.1.2 E-Commerce.....	17
2.1.3 Service Quality Theory.....	18
2.1.4 Customer Trust Theory.....	19
2.1.5 E-Service Quality.....	20
2.1.6 E-Trust.....	21
2.1.7 E-Satisfaction.....	21
2.1.8 E-Loyalty.....	23
2.2 Model Penelitian.....	24
2.3 Hipotesis.....	24
2.4 Penelitian Terdahulu.....	29
BAB III.....	31
METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
3.1.1 Profil Perusahaan.....	31
3.1.3 Produk Perusahaan.....	32
3.2 Desain Penelitian.....	33
3.2.1 Data Penelitian.....	34
3.2.2 Metode Penelitian.....	35
3.2.3 Jenis Penelitian.....	36

3.3	Population dan Sampel Penelitian.....	37
3.3.1	Populasi.....	37
3.3.2	Sampel.....	38
3.3.3	Sampling Size.....	38
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.1	Sumber dan Cara Pengumpulan Data.....	39
3.4.2	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.5	Operasionalisasi Variabel.....	41
3.6	Teknik Analisis Data.....	48
3.6.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
3.6.1.1	Uji Validitas.....	48
3.6.1.2	Uji Reliabilitas.....	49
3.6.2	Analisis Data Penelitian.....	50
3.7	Model Jalur PLS.....	51
3.7.1	Outer Model (Measurement Model).....	52
3.7.2	Inner Model (Structural Model).....	52
3.8	Kecocokan Model Pengukuran.....	53
3.8.1	Kecocokan Model Pengukuran Outer Model.....	53
3.8.2	Kecocokan Model Pengukuran Inner Model.....	54
3.9	Hasil Uji Mediasi.....	54
3.10	Uji Hipotesis.....	54
BAB IV		56
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Deskripsi Profil Responden.....	56
4.1.1	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.1.2	Berdasarkan Usia.....	57
4.1.3	Berdasarkan Frekuensi Belanja Online.....	58
4.2	Analisis Deskriptif.....	59
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	59
4.2.1.1	Penilaian Responden Terhadap Variabel E-service Quality.....	60
4.2.1.2	Penilaian Responden Terhadap Variabel E-trust.....	62
4.2.1.3	Penilaian Responden Terhadap Variabel E-satisfaction.....	63
4.2.1.4	Penilaian Responden Terhadap Variabel E-loyalty.....	64
4.3	Uji Instrumen Pre-Test.....	66
4.3.1	Uji Validitas Pre-Test.....	66
4.3.2	Uji Reliabilitas Pre-test.....	68
4.4	Kecocokan Model (PLS-SEM).....	69
4.4.1	Uji Outer Model (Measurement Model).....	70
4.4.1.1	Convergent Validity.....	70
4.4.1.2	Discriminant Validity.....	72
4.4.1.3	Reliability.....	74
4.4.2	Uji Inner Model (Structural Model).....	75
4.4.2.1	Indicator Collinearity.....	75
4.4.2.2	T-Statistics.....	76
4.4.2.3	Nilai R-square (R^2).....	77
4.4.2.4	Nilai f-squares.....	77

4.4.2.5 Q ² Predictive Relevance.....	78
4.4.2.6 Uji Hipotesis.....	79
4.5 Implikasi Manajerial.....	82
4.5.1 Upaya Meningkatkan E-Service Quality terhadap E-Satisfaction....	82
4.5.2 Upaya Meningkatkan E-Trust terhadap E-Satisfaction.....	84
4.5.3 Upaya Meningkatkan E-Service Quality terhadap E-Loyalty.....	85
4.5.4 Upaya Meningkatkan E-Trust terhadap E-Loyalty.....	87
4.5.5 Upaya Meningkatkan E-Satisfaction terhadap E-Loyalty.....	88
4.5.6 Upaya Meningkatkan E-Service Quality terhadap E-Loyalty dimediasi oleh E-Satisfaction.....	90
4.5.7 Upaya Meningkatkan E-Satisfaction terhadap E-Loyalty dimediasi oleh E-Satisfaction.....	92
BAB V.....	94
KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran.....	94
5.2.1 Saran bagi Platform E-Commerce dan Penyedia Logistik.....	94
5.2.2 Saran bagi Penelitian Mendatang.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN.....	102



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.2 Tabel Kriteria Uji Validitas.....	50
Tabel 3.3 Tabel Kriteria Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.1 Tabel Kriteria Interval Kelas.....	60
Tabel 4.2 Penilaian Responden terhadap Variabel E-Service Quality.....	61
Tabel 4.3 Penilaian Responden terhadap Variabel E-Trust.....	63
Tabel 4.4 Penilaian Responden terhadap Variabel E-Satisfaction.....	64
Tabel 4.5 Penilaian Responden terhadap Variabel E-Loyalty.....	66
Tabel 4.6 Tabel Uji Validitas Pre-test.....	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test.....	69
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Konvergen (Outer Loadings) Main-Test.....	72
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Konvergen (Average Variance Extracted) Main-Test..	73
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Cross Loadings) Main Test.....	74
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Fornell-Larcker Criterion) Main-Test.	75
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas (Cronbach Alpha, Composite Reliability, rho_A)	
Main Test.....	76
Tabel 4.13 Hasil Indicator Collinearity.....	77
Tabel 4.14 Hasil T-Statistics.....	78
Tabel 4.15 Tabel Nilai R-square.....	78
Tabel 4.16 Hasil Uji f^2 effect size.....	79
Tabel 4.17 Hasil Uji Q-Square (Q^2).....	80
Tabel 4.18 Hasil Pengolahan Bootstrapping PLS-SEM.....	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah pengguna internet di Indonesia dengan perkiraan hingga Tahun 2028.....	3
Gambar 1.2: Pertumbuhan E-Commerce di Indonesia dan Kawasan Asia Sumber: GoodStats, 2024.....	5
Gambar 1.3 Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia dari 2020 hingga 2029 Sumber: Statista Research Department, 2025.....	6
Gambar 1.4 Persaingan Layanan Logistik di E-Commerce Indonesia Sumber: Bisnis.com, 2024.....	9
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	25
Gambar 3.1 Logo Logistik E-Commerce.....	33
Gambar 4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Gambar 4.2 Berdasarkan Usia.....	58
Gambar 4.3 Berdasarkan Frekuensi Belanja Online.....	59
Gambar 4.4 Olahan Data SEM.....	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Persentase Turnitin.....	104
Lampiran B Formulir Bimbingan.....	106
Lampiran C Kuesioner.....	108
Lampiran D Google Form.....	109
Lampiran E Jurnal Utama.....	113
Lampiran F Hasil Olah Data Pre-Test.....	134
Lampiran G Hasil Olah Data Main-Test.....	141

