

**Pengaruh *Service Quality* terhadap *Satisfaction*, *Trust* dan *Loyalty*
Pada Pengguna *E-Commerce* Blibli di Wilayah Tangerang**



Skripsi

Claudia Tanoto

00000067874

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**Pengaruh *Service Quality* terhadap *Satisfaction*, *Trust* dan *Loyalty*
Pada Pengguna *E-Commerce* Blibli di Wilayah Tangerang**



Skripsi

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Claudia Tanoto

00000067874

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Claudia Tanoto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000067874

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

Pengaruh *Service Quality* terhadap *Satisfaction*, *Trust* dan *Loyalty* Pada Pengguna *E-Commerce* Blibli di Wilayah Tangerang.

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, 30 November 2024



(Claudia Tanoto)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul
Pengaruh *Service Quality* terhadap *Satisfaction*, *Trust* dan *Loyalty* Pada Pengguna *E-Commerce* Blibli di Wilayah Tangerang

Oleh

Nama : Claudia Tanoto
NIM : 00000067874
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, 29 November 2024

Pembimbing



Dr. Yosef Budi Susanto, M.M.

NIDN: 0301056103

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M

NIDN: 032304780

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
Pengaruh *Service Quality* terhadap *Satisfaction*, *Trust* dan *Loyalty* Pada Pengguna
E-Commerce Blibli di Wilayah Tangerang

Oleh

Nama : Claudia Tanoto
NIM : 00000067874
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat, 6 Desember 2024
Pukul 11.00 - 12.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Penguji



Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.

0320089001

Pembimbing



Yoanita Alexandra, S.E., B.A., M.Par.

0313089201

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Yosef Budi Susanto, M.M.

0301056103



Purnamaningsih, S.E., M.S.M

032304780

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Claudia Tanoto

NIM : 00000067874

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Pengaruh *Service Quality* terhadap *Satisfaction*, *Trust* dan *Loyalty* Pada Pengguna *E-Commerce* Blibli di Wilayah Tangerang.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ 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, 30 November 2024



(Claudia Tanoto)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Kerja Magang ini dengan judul: “Pengaruh *Service Quality* terhadap *Satisfaction*, *Trust* dan *Loyalty* Pada Pengguna *E-Commerce* Blibli di Wilayah Tangerang.” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan Manajemen Pada Ekonomi Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono MA, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T, S.Sos., MBA, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Ir. Y. Budi Susanto, M.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
6. Gracia Laia, Stevany Edilia, Yanti Rahmawati, Fikry, dan Megga, Farra, dan Khania yang sudah mendukung, mendengarkan dan memotivasi penulis dalam proses penyelesaian laporan tugas akhir ini.
7. Seluruh Responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner penelitian.

Semoga karya ilmiah ini dapat berguna dan memberikan pengetahuan serta wawasan baru dalam praktek kerja magang bagi para mahasiswa yang akan melakukannya di kemudian hari.

Tangerang, 30 November 2024



(Claudia Tanoto)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Pengaruh *Service Quality* terhadap *Satisfaction*, *Trust* dan *Loyalty* Pada Pengguna *E-Commerce* Blibli di Wilayah Tangerang

Claudia Tanoto

ABSTRAK

Teknologi yang semakin maju telah mengubah cara hidup manusia dari era konvensional ke era digital. Masyarakat kini menginginkan layanan yang memudahkan aktivitas mereka, termasuk dalam berbelanja online. Blibli, salah satu platform e-commerce di Indonesia, menyediakan berbagai kemudahan, seperti pilihan produk yang beragam dan layanan pelanggan. Namun, terdapat beberapa kendala, seperti ketidaknyamanan terhadap layanan customer service, ketidaksesuaian barang, dan keterlambatan pengiriman. Masalah ini menjadi penting untuk diteliti karena dapat memengaruhi kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas pengguna terhadap Blibli. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh service quality terhadap customer satisfaction dan customer trust, pengaruh customer trust terhadap customer loyalty, serta pengaruh customer satisfaction terhadap customer loyalty pada pengguna Blibli di Tangerang. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik Judgemental Sampling. Sebanyak 147 kuesioner disebar, dan data dianalisis menggunakan PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, *Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Trust*. *Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*. *Customer Trust* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*. *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*.

Kata Kunci: *Service Quality*, *Customer Satisfaction*, *Customer Trust*, *Customer Loyalty*

The Influence of Service Quality on Satisfaction, Trust and Loyalty of Blibli E-Commerce Users in the Tangerang Area

Claudia Tanoto

ABSTRACT (English)

The increasingly advanced technology has changed the way of life of humans from the conventional era to the digital era. People now want services that make their activities easier, including online shopping. Blibli, one of the e-commerce platforms in Indonesia, provides various conveniences, such as a variety of product choices and customer service. However, there are several obstacles, such as inconvenience with customer service, inconsistency of goods, and late delivery. This problem is important to study because it can affect user satisfaction, trust, and loyalty to Blibli. This study aims to analyze the effect of service quality on customer satisfaction and customer trust, the effect of customer trust on customer loyalty, and the effect of customer satisfaction on customer loyalty of Blibli users in Tangerang. The method used is quantitative with the Judgemental Sampling technique. A total of 147 questionnaires were distributed, and the data were analyzed using PLS-SEM. The results of the study indicate that Service Quality has a positive effect on Customer Satisfaction, Service Quality has a positive effect on Customer Trust. Service Quality has a positive effect on Customer Loyalty. Customer Trust has a positive effect on Customer Loyalty. Customer Satisfaction has a positive effect on Customer Loyalty.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Trust, Customer Loyalty.*

DAFTAR ISI

HALAMAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT (English).....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
1.5 Batasan Penelitian.....	19
1.6 Sistematika Penulisan.....	19
BAB II	
LANDASAN TEORI.....	21
2.1 Tinjauan Teori.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Model Penelitian.....	35
2.4 Hipotesis.....	35
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN.....	41
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
3.1.1 Profil PBLibli.....	41
3.2 Desain Penelitian.....	42
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	44
3.3.1 Populasi.....	44
3.3.2 Sampel.....	45
3.3.3 Sampling Frame.....	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	49

3.5 Operasionalisasi Variabel.....	50
3.6 Teknik Analisis Data.....	57
3.6.1 Uji Pre-Test.....	57
3.6.2 Uji Instrumen.....	58
3.7 Uji Hipotesis.....	62
BAB IV	
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Karakteristik Responden.....	64
4.2 Analisis Deskriptif.....	67
4.3 Uji Pre Test.....	75
4.4 Uji Hipotesis.....	78
4.4.2 Hasil Uji Structural (Inner) Model.....	83
4.5 Uji Hipotesis.....	84
4.5.1 Uji Direct Effect.....	85
4.5.2 Uji Indirect Effect.....	87
4.6 Pembahasan.....	87
4.7 Implikasi Manajerial.....	92
BAB V	
SIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1 Simpulan.....	98
5.2 Saran.....	99
5.2.1 Saran bagi Perusahaan.....	99
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	110

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Keunggulan dari masing-masing E-commerce.....	7
Tabel 1.2 rekap keluhan dari beberapa e-commerce.....	15
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	52
Tabel 3.2 Uji Validitas.....	59
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 3.4 Measurement Model.....	61
Tabel 3.5 Struktural Model.....	62
Tabel 3.6 Uji Hipotesis.....	63
Tabel 4.1 Kategori Penilaian Responden.....	68
Tabel 4.2 Penilaian Responden Terhadap Variabel Service Quality.....	68
Tabel 4.3 Penilaian Responden Terhadap Variabel Customer Satisfaction.....	71
Tabel 4.4 Penilaian Responden Terhadap Variabel Customer Trust.....	72
Tabel 4.5 Penilaian Responden Terhadap Variabel Customer Loyalty.....	74
Tabel 4.6 Hasil Pre-Test Uji Validitas.....	76
Tabel 4.7 Hasil Pre-Test Uji Reliabilitas.....	77
Tabel 4. 8 Discriminant Validity & Reliability.....	79
Tabel 4.9 Hasil Uji Cross-Loading Factor.....	81
Tabel 4. 10 Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion.....	82
Tabel 4. 11 Hasil Uji R-Square.....	83
Tabel 4. 12 Hasil Uji Direct Effect.....	85
Tabel 4. 13 Hasil Uji Indirect.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-Commerce di Indonesia 2017-2023.....	2
Gambar 1.2 10 Negara dengan Proyeksi Pertumbuhan E-commerce Tertinggi 2024.....	5
Gambar 1.3 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia.....	6
Gambar 1.4 E-commerce dengan Nilai Transaksi Terbesar.....	8
Gambar 1.5 Keluhan Konsumen Blibli.....	11
Gambar 1.6 Keluhan Konsumen Blibli.....	11
Gambar 1.7 Keluhan Konsumen Blibli.....	12
Gambar 1.8 Keluhan Konsumen Blibli.....	13
Gambar 1.9 Keluhan Konsumen Blibli.....	14
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	34
Gambar 3.1 Logo Blibli.....	41
Gambar 3.2 Contoh Variabel Laten Eksogen.....	51
Gambar 3.3 Contoh Variabel Laten Endogen.....	51
Gambar 3.4 Model Keseluruhan Penelitian.....	62
Gambar 4.1 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Gambar 4.2 Profil Responden berdasarkan Usia.....	65
Gambar 4.3 Profil Responden berdasarkan Pekerjaan.....	66
Gambar 4.4 Profil Responden berdasarkan Domisili.....	67
Gambar 4.5 Hasil Uji Outer Model.....	78
Gambar 4.6 Hasil Uji Path Coefficients.....	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Validitas dan Reliabilitas (Pre-Test).....	109
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas (Main-Test).....	113
Lampiran 3 Uji Hipotesis (Main-Test).....	115
Lampiran 4 Jurnal Utama.....	116
Lampiran 5 Kuesioner.....	124
Lampiran 6 Hasil Turnitin.....	130
Lampiran 7 Data Spreadsheet.....	144
Lampiran 8 Form Bimbingan Skripsi	145

