

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Yesus Kristus, yang telah memberikan tuntunan dan berkat yang melimpah hingga penelitian Tugas Akhir telah selesai tepat waktu. Penelitian yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH DIMENSI *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* DENGAN MELALUI *E-SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA *E-COMMERCE* BLIBLI.COM DI INDONESIA”** dilakukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu di Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Selama penulisan penelitian ini, penulis mendapatkan bantuan, bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak yang telah terlibat, yaitu:

1. Orang tua dan keluarga, yang telah memberikan bantuan, kasih sayang, serta doa kepada penulis.
2. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan.
3. Ibu Isana S. C. Meranga, S.P., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Danet Arya Patria, S.E., M.B.A. selaku Ketua Konsentrasi Manajemen Ritel, sekaligus Dosen Pembimbing Tugas Akhir, yang telah meluangkan waktu

untuk memberikan saran, bantuan, dan dukungan kepada penulis selama pengerjaan tugas akhir.

5. Bapak Dr. Innocentius Bernarto, S. T., M.M., M.Si., selaku pembimbing akademik yang telah membimbing saya dengan baik selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.

6. Seluruh dosen Manajemen yang telah memberikan ilmu selama proses perkuliahan di Universitas Pelita Harapan.

7. Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif.

8. Andrew selaku anggota kelompok pada tugas akhir, yang telah membantu, memberi saran, dan dukungan selama pengerjaan tugas akhir.

9. Winata Handojo yang selalu menemani, membantu, memberikan dukungan, dan doa kepada penulis, hingga tugas akhir selesai.

10. Hartania Sietni yang telah membantu dan memberikan dukungan dari awal perkuliahan hingga akhir.

11. Chindi Trisia, Rosita, Stefani Santoso, Olivia Adila, Nadya Christabela yang telah mendukung dan mendengarkan curahan hati penulis.

12. Teman-teman dari Komsel yang telah memberikan bantuan dan dukungan.

13. Seluruh pihak yang terlibat dan tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki penulis. Karena itu penulis berharap agar pembaca dapat memberikan masukan, baik itu kritik maupun saran sehingga Tugas Akhir ini bisa menjadi lebih baik lagi. Semoga Tugas Akhir yang dibuat oleh penulis ini dapat berguna dan bermanfaat bagi orang yang membaca.



Tangerang, 12 Mei 2021

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 <i>E-Commerce</i>	14
2.2 <i>Variabel</i>	17
2.2.1. <i>E-Service Quality</i>	17
2.2.2. <i>E-Satisfaction</i>	19
2.2.3. <i>E-Customer Loyalty</i>	21

2.3 Pengajuan Hipotesis	24
2.3.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i>	24
2.3.2 Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i>	31
2.4 Model penelitian.....	33
2.5 Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Obyek Penelitian	35
3.2 Unit Analisis	35
3.3 Tipe Penelitian	37
3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	38
3.5 Populasi dan Sampel	45
3.5.1 Populasi	45
3.5.2 Metode Sampling	45
3.5.2.1 Penentuan Jumlah Sample.....	46
3.5.2.2 Metode Penarikan Sampel.....	47
3.6 Metode Pengumpulan Data	48
3.7 Pengujian Instrumen Penelitian	49
3.7.1 Pengujian Validitas	49
3.7.2 Pengujian Realibilitas.....	50
3.8 Metode Analisis Data.....	50
3.9 Hasil Uji Instrumen Pendahuluan	50
3.9.1 Model Penelitian <i>Pre-test</i>	51
3.9.2 Pengujian Validitas <i>Pre-test</i>	52

3.9.3 Pengujian Reliabilitas Pre-test.....	58
BAB IV PEMBAHASAN	59
4.1 Hasil Penelitian	59
4.1.1 Profil Responden	59
4.1.1.1 Profil Responden Pengguna <i>E-commerce</i> Blibli...59	
4.1.2 Deskripsi Konstruk Penelitian.....	64
4.1.2.1 Statistik Deskriptif.....	64
4.1.2.2 <i>Efficiency</i>	65
4.1.2.3 <i>Reliability</i>	66
4.1.2.4 <i>Privacy</i>	67
4.1.2.5 <i>Responsivness</i>	68
4.1.2.6 <i>Contact</i>	69
4.1.2.7 <i>Website Design</i>	70
4.1.2.8 <i>Compensation</i>	71
4.1.2.9 <i>E-Customer Satisfaction</i>	72
4.1.2.10 <i>E-Customer Loyalty</i>	73
4.1.3 Analisis Data Penelitian	74
4.1.3.1.1 Model <i>Loading Factor</i>	75
4.1.3.1.2 <i>AVE</i> dan <i>Convegent Validity</i>	76
4.1.3.1.3 <i>Discriminant Validity</i>	79
4.1.3.1.4 Pengujian Reliabilitas.....	80
4.1.3.2 <i>Inner Model</i>	80
4.1.3.2.1 Koefisien Determinasi.....	81
4.1.3.2.2 Pengujian Nilai T.....	82

4.2 Pembahasan	86
4.2.1 Dimensi <i>Efficiency</i> Tidak Berpengaruh Terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	86
4.2.2 Dimensi <i>Reliability</i> Tidak Berpengaruh Terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	87
4.2.3 Dimensi <i>Privacy</i> Berpengaruh Secara Positif Terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	87
4.2.4 Dimensi <i>Responsiveness</i> Tidak Berpengaruh Terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	88
4.2.5 Dimensi <i>Contact</i> Berpengaruh Secara Positif Terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	89
4.2.6 Dimensi <i>Website Design</i> Berpengaruh Secara Positif Terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	90
4.2.7 Dimensi <i>Compensation</i> Berpengaruh Secara Positif Terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	90
4.2.8 <i>E-Customer Satisfaction</i> Berpengaruh Secara Positif Terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	91
4.2.9 Pengaruh Dimensi <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> yang Dimediasi oleh <i>E-Customer Satisfaction</i>	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Implikasi Manajerial.....	98
5.3 Keterbatasan dan Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	102



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Sepuluh Negara dengan Pertumbuhan <i>E-Commerce</i> Tercepat	1
Gambar 1.2: Logo <i>Marketplace</i> Blibli.com.....	2
Gambar 1.3: Peringkat Situs <i>E-Commerce</i> Berdasarkan Jumlah Kunjungan per Bulan di Indonesia pada dari Tahun 2017 Hingga 2020.....	5
Gambar 2.1: Model Penelitian	33
Gambar 3.1: Model Mediasi Pre-test.....	51
Gambar 4.1: Model <i>Loading Factor</i>	77
Gambar 4.2: <i>Inner Model</i>	83
Diagram 4.1 <i>Profil</i> Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Diagram 4.2 <i>Profil</i> Responden Berdasarkan Usia	61
Diagram 4.3 <i>Profil</i> Responden Berdasarkan Profesi Sekarang	62
Diagram 4.4 <i>Profil Responden</i> Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	63
Diagram 4.5 Jumlah Responden yang Sudag Menggunakan Blibli Selama 2 Tahun Lebih.....	63
Diagram 4.6 Jumlah Responden yang Rutin Menggunakan Blibli Setiap bulannya.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendanaan <i>E-Commerce</i> Blibli, Tokopedia, dan Bukalapak	3
Tabel 3.1 Desain Konseptual dan Definisi Operasiol.....	39
Tabel 3.2 <i>Average Variance Extracted (AVE) SmartPLS (Pre-test)</i>	53
Tabel 3.4 <i>Loading Factor</i>	54
Tabel 3.5 <i>Fornell-Lacker Criterion (FLc)</i>	57
Tabel 3.6 Pengujian Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i>	58
Tabel 4.1 Profil Responden Pengguna <i>E-Commerce</i> Blibli Dalam Kurun Waktu 2019 Hingga 2021.....	59
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif <i>Efficiency</i>	65
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif <i>Reliability</i>	66
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif <i>Privacy</i>	67
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif <i>Responsivness</i>	68
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif <i>Contact</i>	69
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif <i>Website Design</i>	70
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif <i>Compensation</i>	71
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif <i>E-Customer Satisfation</i>	72
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif <i>E-Customer Loyalty</i>	73
Tabel 4.11 <i>Loading Factor</i>	76
Tabel 4.12 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	78
Tabel 4.13 <i>Fornell-Lacker Criterion (FLc)</i>	79
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	80

Tabel 4.15 Koefisien Determinasi.....	81
Tabel 4.16 Hasil Uji Pengaruh Langsung/Uji Hipotesis.....	82
Tabel 4.17 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung.....	83

