

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa memberikan izin, berkah, hikmah dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *FOOD QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PENGGUNA SHOPEE-FOOD INDONESIA YANG DIMEDIASI OLEH *PERCEIVED VALUE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION*** dengan tepat waktu. Penulisan skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Pelita Harapan.

Dalam penyusunan skripsi ini memiliki banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi, namun penulis dapat melaluinya berkat adanya bimbingan, bantuan, doa dari banyak pihak baik dari segi moral dan spiritual. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat untuk menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Secara khusus kepada:

1. Ibu Drs. Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi di Universitas Pelita Harapan
2. Ibu Vina C. Nugroho, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen di Universitas Pelita Harapan.

3. Ibu Ir. Dewi Surya Wuisan, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan memberikan banyak masukan.
4. Bapak Danet Arya Patria S.E., M.B.A. Selaku Dosen Pembimbing akademik yang telah membantu banyak selama masa perkuliahan saya.
5. Bapak Dr. Innocentius Bernarto, ST., MM., M.Si., yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dan banyak memberikan masukan.
6. Bapak Dr. Ir. Evo Sampetua Hariandja, yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam mengolah data.
7. Seluruh dosen yang telah mengajar penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan.
8. Staff karyawan yang telah membantu penulis dalam kegiatan administrasi.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Terakhir, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis meminta kritik dan saran dari pembaca yang sifatnya membangun karena dapat bermanfaat bagi penulis demi kesempurnaan skripsi ini. Serta penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca

Tangerang, 16 November 2021

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>8</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>8</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>9</b>
<b>1.5 Batasan Penelitian</b> .....	<b>10</b>
<b>1.6 Sistematika Penulisan</b> .....	<b>10</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>12</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
<b>2.1 Pemasaran</b> .....	<b>12</b>
<b>2.2 Consumer Behaviour</b> .....	<b>15</b>
<b>2.3 Landasan Teori</b> .....	<b>17</b>
<b>2.3.1 E-Service Quality</b> .....	<b>17</b>
<b>2.3.2 Food Quality</b> .....	<b>19</b>
<b>2.3.3 Perceived Value</b> .....	<b>21</b>
<b>2.3.4 Customer Satisfaction</b> .....	<b>22</b>
<b>2.3.5 Customer Loyalty</b> .....	<b>23</b>
<b>2.4 Hipotesis &amp; Model Penelitian</b> .....	<b>23</b>
<b>2.5 Kerangka Penelitian</b> .....	<b>28</b>
<b>BAB III</b> .....	<b>30</b>
<b>METODELOGI PENELITIAN</b> .....	<b>30</b>
<b>3.1 Objek Penelitian</b> .....	<b>30</b>
<b>3.2 Unit Analisis</b> .....	<b>28</b>
<b>3.3 Tipe Penelitian</b> .....	<b>31</b>
<b>3.4 Pengukuran (Tabel DKDO)</b> .....	<b>32</b>
<b>3.4.1 Variabel Bebas (Independent Variabel)</b> .....	<b>37</b>
<b>3.4.2 Variabel terikat (Dependent Variabel)</b> .....	<b>38</b>

3.4.3 Variabel mediasi (Variabel Intervening).....	39
3.5 Populasi dan Sampel .....	40
3.5.1 Populasi .....	40
3.5.2 Sampel .....	40
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	41
3.6.1 Skala Pengukuran .....	42
3.7 Metode Analisis Data.....	44
3.7.1 Statistik Deskriptif.....	44
3.7.2 Statistik Inferensial .....	45
3.7.2.1 (PLS) – (SEM) .....	45
3.7.2.2 Evaluasi Model.....	48
3.7.2.3 Evaluasi Outer Model (Model pengukuran) .....	47
3.7.2.4 Evaluasi Inner Model (Model Struktural).....	51
3.7.2.5 Evaluasi Inner Model (Struktural awal) .....	53
3.7.2.6 Evaluasi Inner Model (Model Struktural akhir) .....	54
3.7.2.7 Pengujian Hipotesis .....	55
3.7.2.8 Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung .....	56
3.7.2.9 Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	56
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian.....	58
3.8.1 Uji validitas .....	59
3.8.2 Uji reliabilitas.....	60
3.9 Hasil Uji Instrumen Pendahuluan .....	61
3.9.1 Pengukuran Model (Outer Model) .....	61
3.9.1.1 Hasil Uji Validitas Convergent Pendahuluan .....	61
3.9.1.2 Hasil Uji Reliabilitas Pendahuluan .....	65
<b>BAB IV .....</b>	<b>66</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>66</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	66
4.1.1 Jenis Kelamin.....	66
4.1.2 Usia.....	67
4.1.3 Domisili .....	67
4.1.4 Pekerjaan.....	68
4.1.5 Tingkat Pendidikan .....	69
4.1.6 Penghasilan Perbulan.....	70
4.2 Hasil Analisis Data.....	70
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	71
4.2.1.1 E-service Quality.....	71
4.2.1.2 Food Quality.....	73
4.2.1.3 Perceived Value.....	74
4.2.1.4 Satisfaction .....	75
4.2.1.5 Loyalitas.....	76

4.2.2 Statistik Inferensial .....	76
4.2.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) .....	77
4.2.2.1.1 Uji Validitas Aktual.....	77
4.2.2.1.2 Uji Reliabilitas .....	81
4.2.2.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model) .....	82
4.2.2.2.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	83
4.2.2.2.2 Uji Multikolinearitas.....	84
4.2.2.2.3 Goodness of Fit .....	85
4.2.2.3 Pengujian Hipotesis .....	88
4.2.2.3.1 Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung .....	88
4.2.2.3.2 Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung .....	90
4.3 Pembahasan.....	93
4.3.1 Pengaruh <i>E-service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> layanan <i>Online Food Delivery</i> .....	93
4.3.2 Pengaruh <i>Food Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> layanan <i>Online Food Delivery</i> .....	94
4.3.3 <i>E-service Quality</i> Secara Positif Berpengaruh Terhadap <i>Food Quality</i> .....	95
4.3.4 <i>Perceived Value</i> Memediasi Hubungan Antara <i>E-</i> <i>Service Quality</i> dan <i>Customer Loyalty</i> Layanan <i>Online</i> <i>Food Delivery</i> .....	96
4.3.5 <i>Perceived Value</i> Memediasi Hubungan Antara <i>Food</i> <i>Quality</i> dan <i>Customer Loyalty</i> Layanan <i>Online Food</i> <i>Delivery</i> .....	96
4.3.6 <i>Customer Satisfaction</i> Memediasi Hubungan Antara <i>E-</i> <i>Service Quality</i> dan <i>Customer Loyalty</i> Layanan <i>Online</i> <i>Food Delivery</i> .....	97
4.3.7 <i>Customer Satisfaction</i> Memediasi Hubungan Antara <i>E-</i> <i>Service Quality</i> dan <i>Customer Loyalty</i> Layanan <i>Online</i> <i>Food Delivery</i> .....	98
<b>BAB V .....</b>	<b>100</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>100</b>
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Implikasi Manajerial .....	101
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran .....	102
Daftar Pustaka .....	105

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Daftar Layanan Gojek yang paling sering digunakan selama pandemic .....</b>	<b>2</b>
<b>Gambar 1.2 Nilai Gross Merchandise Value (GMV) Layanan Pesan-Antar Makanan Di Asia Tenggara (2020) .....</b>	<b>3</b>
<b>Gambar 1.3 Jenis Pengeluaran Digital Konsumen Perbulan Selama Pandemi Covid-19 .....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 1.4 Kunjungan platform perbulan .....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 1.5 Grafik kontribusi pengeluaran pada kuartal 1 2021 .....</b>	<b>6</b>
<b>Gambar 2.1 Model penelitian .....</b>	<b>30</b>
<b>Gambar 3.1 Model Penelitian.....</b>	<b>39</b>
<b>Gambar 3.2 Model reflektif Outer Sederhana.....</b>	<b>47</b>
<b>Gambar 3.3 Tipe Reflektif dan Formatif .....</b>	<b>48</b>
<b>Gambar 3.4 Evaluasi Inner Model Awal.....</b>	<b>54</b>
<b>Gambar 3.5 Evaluasi Inner Model Akhir .....</b>	<b>55</b>
<b>Gambar 3.6 Model Mediasi .....</b>	<b>57</b>
<b>Gambar 4.1 Model Pengukuran (Outer Model).....</b>	<b>77</b>
<b>Gambar 4.2 Path Model PLS Algorithm.....</b>	<b>83</b>
<b>Gambar 4.3 Path model Struktural – Bootstrapping.....</b>	<b>87</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Sebelumnya .....	7
Tabel 3.1 Tabel DKDO.....	33
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Konvergen Pendahuluan – AVE (Average Variance Extracted).....	62
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Konvergen Pendahuluan – Outer Loadings Construct .....	62
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Diskriminan Pendahuluan – Cross loadings.....	64
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Diskriminan pendahuluan – Fornell Larcker Criterion.....	65
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Pendahuluan – Composite Reliability Construct .....	65
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	67
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	67
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	68
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	69
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan .....	70
Tabel 4.7 Klasifikasi Sikap .....	71
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif <i>E-Service Quality</i> .....	71
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif <i>Food Quality</i> .....	73
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif <i>Perceived Value</i> .....	74
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif <i>Satisfaction</i> .....	75
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif <i>Loyalitas</i> .....	76
Tabel 4.13 Uji Validitas Konvergen Aktual Berdasarkan Outer Loading – Construct.....	78
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Konvergen Aktual – AVE Construct .....	79
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Diskriminan Aktual – Cross Loading.....	80
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Diskriminan Aktual .....	81
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Reliabilitas Aktual – Composite reliability construct .....	82
Tabel 4.18 Nilai R Square ( $R^2$ ) .....	83
Tabel 4.19 Collinearity Statistics VIF.....	85
Tabel 4.20 Goodness of Fit.....	86
Tabel 4.21 Path Coefficients Bootstrapping (Mean, STDEV, T- Values) .....	87
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis .....	88
Tabel 4.23 Path Coefficients Bootstrapping Uji Langsung .....	89
Tabel 4.24 Spesific Indirect Effect .....	90

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN A KUESIONER .....</b>	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN B HASIL PERBANDINGAN ANTARA PENELITIAN SEBELUMNYA DAN PENELITIAN TERKINI .....</b>	<b>116</b>
<b>LAMPIRAN C HASIL PENGOLAHAN DATA HTMT PENELITIAN INI .....</b>	<b>118</b>
<b>LAMPIRAN D KETERANGAN INDIKATOR DARI OUTER LOADINGS PENELITIAN INI.....</b>	<b>120</b>

