

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas *e-service* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai *variable intervening* dengan pengujian di setiap variabel. *Purposive sampling* digunakan dalam penelitian ini dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga di harapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menyebarkan 115 kuisisioner secara *online* untuk pengumpulan data yang kemudian diolah dengan menggunakan SPSS. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif-kuantitatif dengan menggunakan penilaian melalui skala likert yang seluruh hasilnya akan diuji validitas, reliabilitas, asumsi normalitas, analisis regresi, uji T dan analisis jalur.

Berdasarkan hasil uji hipotesis membuktikan bahwa kualitas pelayanan elektronik berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai *variable intervening*. Dimana didapatkan nilai R Square sebesar 0,883 yang berarti bahwa nilai pengaruh sebesar 88,3% kualitas pelayanan elektronik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Peneliti menyarankan bagi perusahaan untuk menerapkan kualitas pelayanan elektronik yang baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan elektronik, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the difference in e-service quality towards customer loyalty through customer satisfaction as a variable that intervenes with testing on each variable. Purposive sampling is used in this study by specifying specific characteristics that are suitable with the research objectives so that they can answer the research questions. The research method used is a quantitative method by approving 115 questionnaires online to collect data which is then processed using SPSS. This study uses descriptive-quantitative analysis using a Likert scale which includes the results of validity, reliability, normality assumptions, regression analysis, T test and path analysis.

Based on the results of the hypothesis test proving the quality of electronic service has proven positive for customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable. Where the value of R Square is 0.883 which means the value of the influence of 88.3% of electronic service quality on customer loyalty through customer satisfaction as a mediating variable. The researcher discusses for companies to improve the quality of electronic services that can increase customer satisfaction and create customer loyalty.

Keywords : Electronic Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

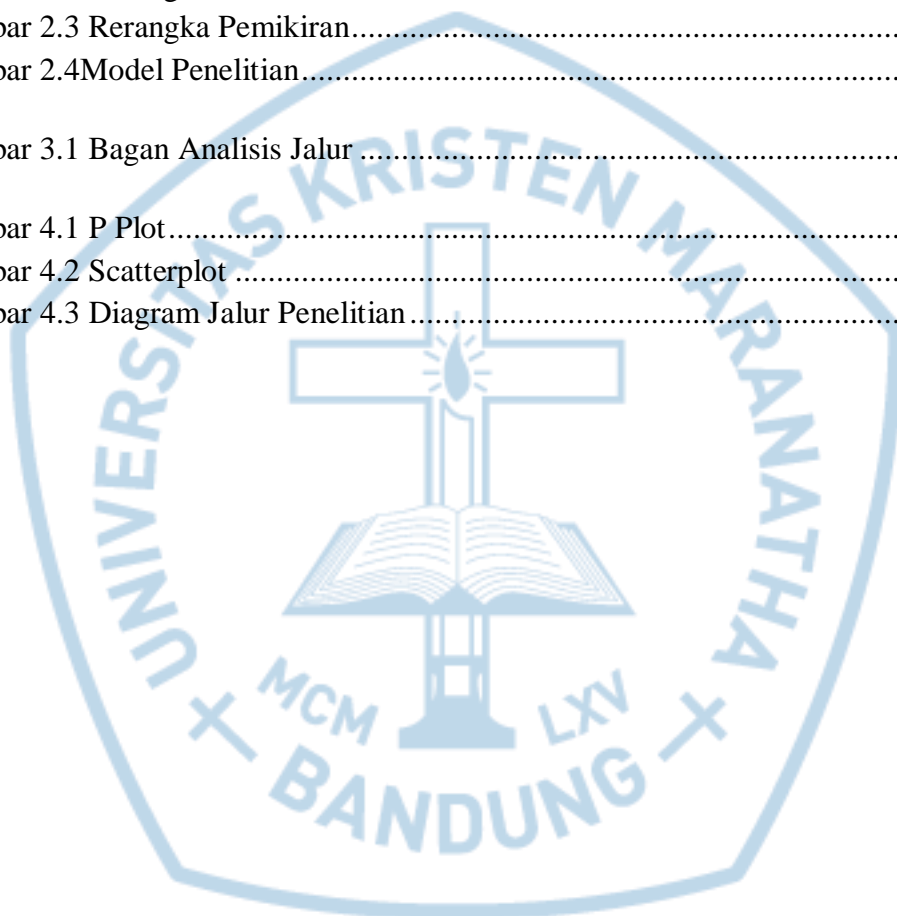
	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
SURAT KETERANGAN	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Bagi Perusahaan.....	14
1.4.2 Bagi Akademisi.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Kajian Pustaka.....	15
2.1.1 Perilaku Konsumen	15
2.1.2 Model Perilaku Konsumen	17
2.1.3 Definisi Stimulus, Perilaku, Respon	18
2.1.4 Pemasaran (<i>Marketing</i>)	18
2.1.5 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	18
2.1.6 Produk	21
2.1.7 Jasa	22
2.1.8 Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>)	23

2.1.9 Kualitas Layanan Elektronik (<i>E-Service Quality</i>)	29
2.1.10 Informasi (<i>Information</i>).....	30
2.1.11 Kemudahan (<i>Ease of use</i>)	30
2.1.12 Desain Situs Web (<i>Web Design</i>)	30
2.1.13 Keandalan (<i>Reliability</i>).....	31
2.1.14 Keamanan Situs Web (<i>Security/Privacy</i>)	31
2.1.15 Kepuasan Pelanggan	31
2.1.16 Loyalitas Pelanggan	32
2.1.17 Riset Empiris.....	37
2.1.18 Rerangka Teori.....	39
2.2 Rerangka Pemikiran	40
2.3 Pengembangan Hipotesis	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	44
3.2.1 Populasi Penelitian.....	44
3.2.2 Sampel Penelitian.....	45
3.3 Definisi Oprasional Variabel (DOV).....	46
3.4 Teknik Penggumpulan Data.....	49
3.5 Teknik Analisis Data	50
3.5.1 Analisa Deskriptif	50
3.5.2 Uji Instrumen	51
3.5.2.1 Uji Validitas	51
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	53
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	55
3.5.3.1 Uji Normalitas.....	55
3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas	56
3.5.3.3 Uji Multikolinearitas	56
3.5.4 Uji Hipotesis	57
3.5.5 Analisis Jalur/ <i>Path Analysis</i>	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1. Hasil Penelitian.....	63
4.1.1. Hasil Berdasarkan Data Demografis Responden.....	63

4.1.2. Hasil Penelitian Deskriptif.....	65
4.1.3. Hasil Penelitian Berdasarkan Uji Instrumen	72
4.1.3.1. Uji Validitas	72
4.1.3.2. Uji Reliabilitas	74
4.1.4. Uji Asumsi Klasik	75
4.1.4.1. Uji Normalitas.....	75
4.1.4.2. Uji Heteroskedastisitas.....	77
4.1.4.3. Uji Multikolinearitas	78
4.1.5. Uji Hipotesis	79
4.1.6 Analisis Jalur / Path Analysis	84
4.2 Pembahasan.....	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	94
5.3 Implikasi Manajerial.....	94
5.3.1 Bagi Perusahaan.....	95
5.3.2 Bagi Pihak Lain.....	95
5.4 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN	99
LAMPIRAN B DATA TABULASI	103
LAMPIRAN C GAMBARAN UMUM RESPONDEN	118
LAMPIRAN D PERTANYAAN RESPONDEN.....	119
LAMPIRAN E UJI VALIDITAS	122
LAMPIRAN F UJI REALIBILITAS.....	124
LAMPIRAN G UJI NORMALITAS	125
LAMPIRAN H UJI HETEROSKEDASTISITAS	126
LAMPIRAN I UJI MULTIKOLINEARITAS	127
LAMPIRAN J UJI HIPOTESIS	128
LAMPIRAN K ANALISIS JALUR.....	130
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>).....	132

DAFTAR GAMBAR

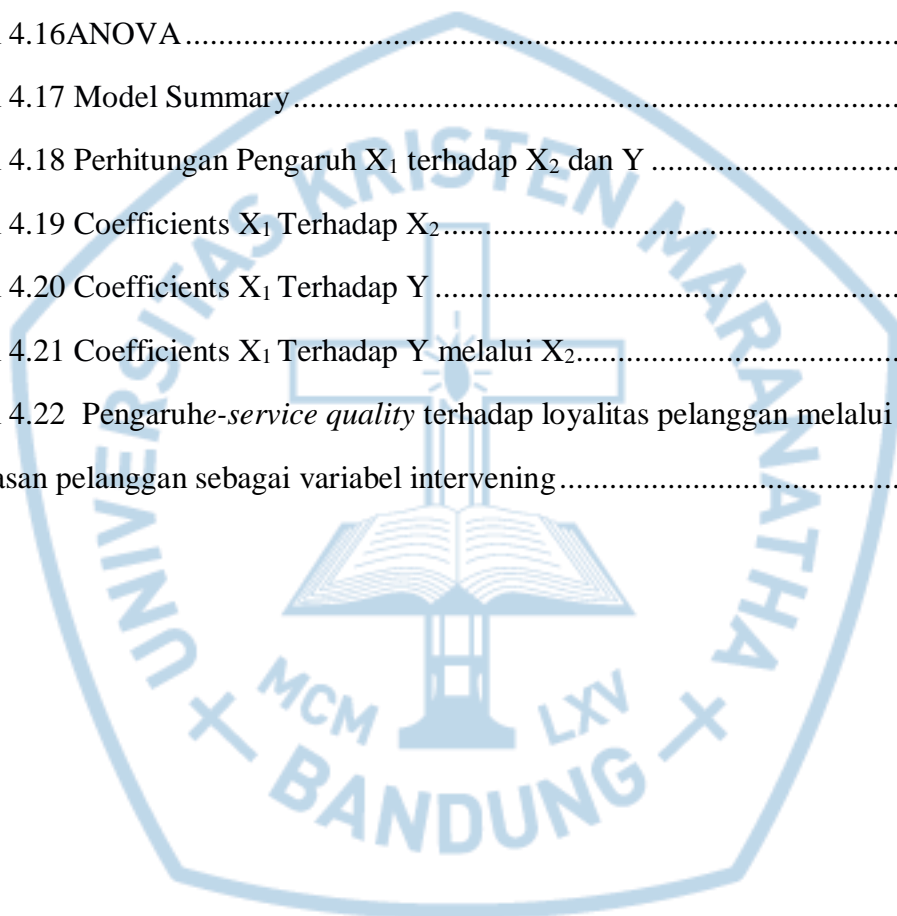
Gambar 1.1 Komposisi Pengguna Internet Berdasarkan Jenis Kelamin	3
Gambar 1.2 Preferensi Memilih Hotel	8
Gambar 1.3 Menggunakan aplikasi budget hotel dapat menghemat waktu.....	9
Gambar 1.4 Menggunakan Aplikasi budget hotel menghemat uang.....	9
Gambar 2.1 Piramida loyalitas pelanggan	34
Gambar 2.2 Rerangka Teori	39
Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran.....	40
Gambar 2.4 Model Penelitian.....	43
Gambar 3.1 Bagan Analisis Jalur	60
Gambar 4.1 P Plot.....	77
Gambar 4.2 Scatterplot	78
Gambar 4.3 Diagram Jalur Penelitian	84



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data pengguna internet global Januari 2017.....	1
Tabel 1.2 Data pengguna internet global Januari 2018.....	2
Tabel 1.3 Data pengguna internet global Januari 2019.....	2
Tabel 1.4 Pengguna Internet Berdasarkan Wilayah di Indonesia 2017	2
Tabel 1.5 Perkiraan Pengguna Internet Berdasarkan Usia.....	3
Tabel 1.6 Data kunjungan situs Januari 2018.....	10
Tabel 1.7 Data ranking aplikasi travel di Indonesia	11
Tabel 2.1 Mode Perilaku Konsumen	17
Tabel 2.2 Riset Empiris.....	37
Tabel 3.1 Definisi Oprasional Variabel	47
Tabel 3.2 Skala Likert.....	53
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Pendidikan	64
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.4 Kriteria penafsiran kondisi variabel penelitian	66
Tabel 4.5 Kriteria penafsiran kondisi variabel penelitian Persepsi Responden Mengenai <i>E-Service Quality</i> (X_1).....	67
Tabel 4.6 Kriteria penafsiran kondisi variabel penelitian Persepsi Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (X_2)	69
Tabel 4.7 Kriteria penafsiran kondisi variabel penelitian Persepsi Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan (Y)	71
Tabel 4.8 Uji Validitas	72

Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.10 Uji Normalitas	76
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas	79
Tabel 4.12 Analisis Of Variance ANOVA ^a	80
Tabel 4.13 Model Summary	80
Tabel 4.14 Analisis Of Variance	81
Tabel 4.15 Analisis Of Variance	82
Tabel 4.16 ANOVA	83
Tabel 4.17 Model Summary	83
Tabel 4.18 Perhitungan Pengaruh X_1 terhadap X_2 dan Y	84
Tabel 4.19 Coefficients X_1 Terhadap X_2	85
Tabel 4.20 Coefficients X_1 Terhadap Y	86
Tabel 4.21 Coefficients X_1 Terhadap Y melalui X_2	86
Tabel 4.22 Pengaruh <i>service quality</i> terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening	87



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN	99
LAMPIRAN B DATA TABULASI	103
LAMPIRAN C GAMBARAN UMUM RESPONDEN	118
LAMPIRAN D PERTANYAAN RESPONDEN	119
LAMPIRAN E UJI VALIDITAS	122
LAMPIRAN F UJI REALIBILITAS	124
LAMPIRAN G UJI NORMALITAS	125
LAMPIRAN H UJI HETEROSKEDASTISITAS	126
LAMPIRAN I UJI MULTIKOLINEARITAS	127
LAMPIRAN J UJI HIPOTESIS	128
LAMPIRAN K ANALISIS JALUR	130
LAMPIRAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP	132

