

ABSTRAK

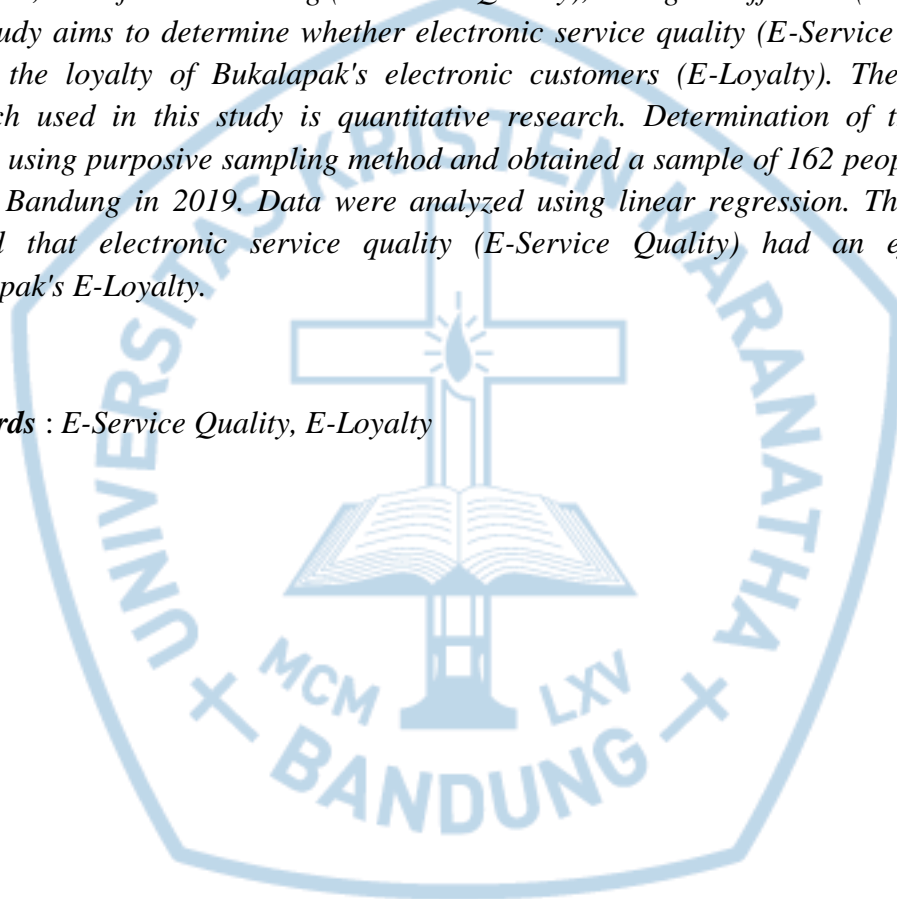
Saat ini kemajuan teknologi khususnya teknologi informasi internet sangat mempengaruhi lingkungan pemasaran. Selain lingkungan pemasaran, teknologi internet juga mempengaruhi aktifitas jasa. Saat ini banyak perusahaan yang memanfaatkan teknologi internet untuk memasarkan produk atau jasa. Penyampaian jasa perlu dievaluasi, salah satunya menggunakan (*E-Service Quality*), melihat pengaruhnya terhadap (*E-Loyalty*). Penelitian ini bertujuan mengetahui apakah kualitas pelayanan elektronik (*E-Service Quality*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan elektronik (*E-Loyalty*) Bukalapak. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penentuan sampel penelitian menggunakan metode purposive sampling dan memperoleh sampel sebanyak 162 orang yang ada di Kota Bandung pada tahun 2019. Data dianalisis menggunakan regresi linier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan elektronik (*E-Service Quality*) berpengaruh pada loyalitas pelanggan (*E-Loyalty*) Bukalapak.

Kata Kunci : *E-Service Quality, E-Loyalty*

ABSTRACT

At present, technological advances, especially internet information technology, greatly affect the marketing environment. In addition to the marketing environment, internet technology also affects service activities. Today many companies are using internet technology to market their products or services. Service delivery needs to be evaluated, one of which is using (E-Service Quality), seeing the effect on (E-Loyalty). This study aims to determine whether electronic service quality (E-Service Quality) affects the loyalty of Bukalapak's electronic customers (E-Loyalty). The type of research used in this study is quantitative research. Determination of the study sample using purposive sampling method and obtained a sample of 162 people in the city of Bandung in 2019. Data were analyzed using linear regression. The results showed that electronic service quality (E-Service Quality) had an effect on Bukalapak's E-Loyalty.

Keywords : *E-Service Quality, E-Loyalty*



DAFTAR ISI

HALAMAN	
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	v
SURAT PERNYATAAN MENGGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Pengertian Manajemen	7
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.2.1 Bauran Pemasaran	8
2.2.2 Pengertian Produk	11
2.2.3 Pengertian Jasa	12
2.2.4 Kualitas Pelayanan	13
2.2.5 E-Service Quality	15
2.3 Perilaku Konsumen	17
2.3.1 Model Perilaku Konsumen	18
2.3.2 Teori S-O-R	19
2.3.3 Sikap	21
2.4 Loyalitas Pelanggan	21
2.4.1 E-Loyalti	22
2.5 Hubungan antara E-Service Quality terhadap E-Loayalti	23
2.6 Riset Empiris	23

2.7 Rerangka Teoritis	26
2.8 Rerangka Pemikiran	27
2.9 Pengembangan Hipotesis	28
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Objek Penelitian	29
3.3 Jenis dan Sumber Daya	30
3.3.1 Data Primer	30
3.3.2 Data Sekunder	30
3.4 Metode Pengumpulan Data	30
3.5 Populasi dan Sampel	31
3.5.1 Populasi	31
3.5.2 Sampel	31
3.6 Teknik Pengambilan Sampel	32
3.7 Operasional Variabel	33
3.7.1 Variabel Bebas (X)	33
3.7.2 Variabel Terikat (Y)	33
3.8 Metode Analisis Data	36
3.8.1 Uji Validitas	36
3.8.2 Uji Reabilitas	37
3.9 Teknik Analisis Data	38
3.9.1 Analisis Kualitatif	38
3.10 Regresi Linier Sederhana	38
 BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Pembahasan	39
4.2 Hasil Penelitian	39
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	41
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan	42
4.3 Pengujian Kuesioner	43
4.3.1 Uji Validitas Awal	43
4.3.2 Uji Validitas Akhir	45
4.4 Uji Reliabilitas Instrumen	46
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	48
4.5.1 Analisis Regresi Linier	48
4.6 Koefisien Determinasi	49
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	51

5.2 Keterbatasan Penelitian.....	51
5.3 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	58
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	74



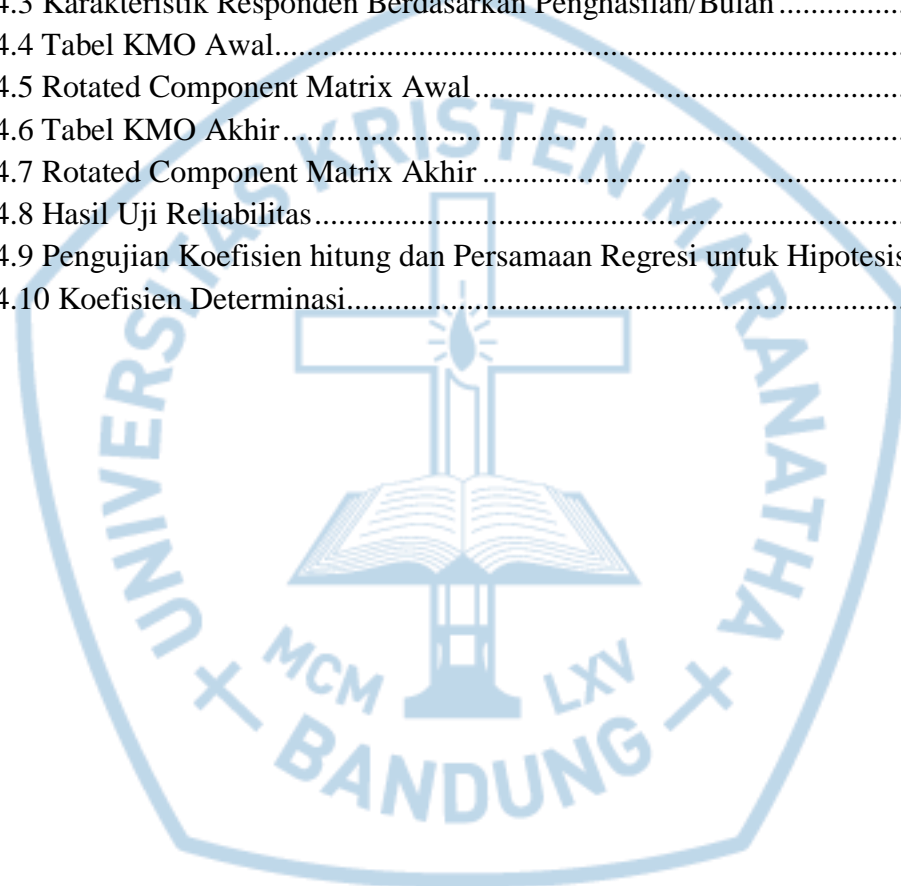
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Teoritis	26
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran	27
Gambar 2.3 Pengembangan Hipotesis	28



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Riset Empiris.....	23
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert.....	31
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Bulan	42
Tabel 4.4 Tabel KMO Awal.....	43
Tabel 4.5 Rotated Component Matrix Awal.....	44
Tabel 4.6 Tabel KMO Akhir.....	45
Tabel 4.7 Rotated Component Matrix Akhir	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.9 Pengujian Koefisien hitung dan Persamaan Regresi untuk Hipotesis	48
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi.....	49



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Karakteristik Responden	59
LAMPIRAN B Uji Validitas.....	61
LAMPIRAN C Uji Reliabilitas.....	63
LAMPIRAN D Hasil Pengujian Hipotesis.....	64
LAMPIRAN E Kuisisioner Penelitian.....	65
LAMPIRAN F Data Mentah.....	69

