

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN PROMOSI  
PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS DENGAN  
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PADA PRODUK GOFOOD  
DI INDONESIA**

**TESIS**

**Untuk Memenuhi Sebagaian Persyaratan**

**Guna Mencapai Gelar Magister**

**PROGRAM STUDI**

**MAGISTER MANAJEMEN**



**Oleh :**

**DAMIS VERI BUDIANTO**

**NPM: 20061020008**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIOAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2023**

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN PROMOSI  
PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS DENGAN  
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PADA PRODUK GOFOOD  
DI INDONESIA**

**TESIS**

**Program Studi Magister Manajemen**

Yang diajukan :

**Damis Veri Budianto**  
NPM 20061020008

Telah disetujui untuk diujikan :

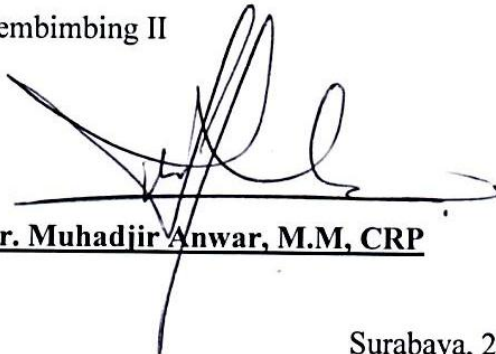
Pembimbing I



**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP**

Tanggal : *22 Mei 2023*

Pembimbing II



**Dr. Muhadjir Anwar, M.M, CRP**

Tanggal : *22 Mei 2023*

Surabaya, 22 Mei 2023  
UPN "Veteran" Jawa Timur  
Koordinator Program Studi Magister Manajemen



**Prof. Dr. Yuniningsih, S.E., M.Si**

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN PROMOSI  
PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS DENGAN  
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PADA PRODUK GOFOOD  
DI INDONESIA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

**DAMIS VERI BUDIANTO**  
NPM 20061020008

Telah dipertahankan di depan Penguji :  
Pada tanggal 29 Mei 2023 dan dinyatakan telah  
Memenuhi syarat untuk diterima

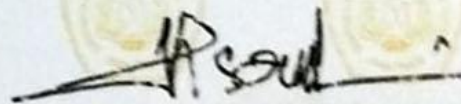
**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

Pembimbing I



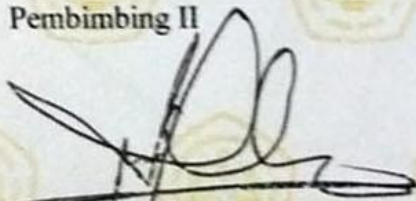
**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP**

Ketua Penguji



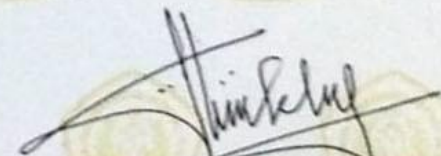
**Dr. Drs. Ec. Dhani Ichsanuddin Nur, MM., CFP**

Pembimbing II



**Dr. Muhadjir Anwar, M.M., CRP**

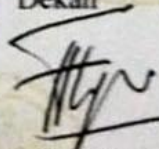
Penguji



**Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si., CIPM**



Surabaya,  
IPN "Veteran" Jawa Timur  
Program Magister Manajemen  
Dekan



**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP**

## ♪ PERSEMBAHAN & MOTTO ♪

Subekhanallah, terima kasih Allah...

Pada tanggal 29 Mei 2023 adalah salah satu momen yang paling indah karena pada hari itu terjadi perjuangan akhir di bangku kuliah strata 2 (MM) di UPN Veteran Jawa Timur walaupun pada akhirnya saya dinyatakan Lulus. Perjuangan saya masih panjang untuk meraih impian dan cita-cita dan kedua orang tua yang menginginkan anaknya tumbuh menjadi anak yang soleh dan sukses. Saya ucapkan terima kasih kepada kawan-kawan dan keluargaku yang sangat membantu dalam menghadapi segala cobaan dan mendorong saya untuk terus berkarir yaitu :

- ☺ Kedua orang tua aku tercinta yaitu Bapak Sarli dan Ibu Winarsih yang paling aku sayangi disamping istri dan anak-anakku.
- ☺ Ibu Guru dan juga Istriku tercinta, Faizatur Rohmah, S.Pd., Jangan pernah berhenti mencintaiku, seperti matahari yang selalu mencintai bumi. Semoga bisa selalu menjadi Ibu yang baik untuk anak-anakmu kelak
- ☺ Anak pertamaku tercinta, Isyana Arsy Budianto. Namamu itu indah Nduk. Jayalah di bumi dan langit Nduk. Sukses selalu!!
- ☺ Mak Katri, Terimakasih sudah menjadi Mak yang hebat. Semoga sehat selalu.

“Ya Tuhanku, jadikanlah aku dan anak cucuku orang-orang yang tetap mendirikan shalat, ya Tuhan kami perkenankanlah doaku. Ya Tuhan kami berikanlah ampunan kepadaku dan kepada kedua ibu bapakku dan sekalian orang-orang mukmin pada hari terjadinya hisab (hari kiamat). Aamiin”  
(QS. Ibrahim : 41-42)



## PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah Tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Tesis ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Magister) dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Surabaya, 29 Mei 2023



**Damis Veri Budianto**

**Pengaruh E-Service Quality Dan Promosi Penjualan Terhadap  
Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai  
Variabel Intervening Pada Produk Gofood  
Di Indonesia**

**Oleh :  
Damis Veri Budianto  
NPM: 20061020008**

**ABSTRAK**

Loyalitas merupakan upaya untuk menjalin relasi jangka panjang dengan para pelanggan. Penelitian ini menguji pengaruh e-service quality, promosi penjualan terhadap loyalitas pada produk GoFood dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Data yang dikumpulkan sebesar 327 pelanggan dari populasi pengguna GoFood di seluruh Indonesia. Adapun sumber data primer penelitian merupakan pengguna aplikasi GoFood. Sementara metode penelitiannya menggunakan metode purposive sampling. Digunakan Analisis deskriptif dengan bantuan alat analisis SPSS 25, sedangkan untuk analisis statistik menggunakan alat uji PLS 3.0.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah: Pertama, e-service quality berkontribusi terhadap kepuasan. Kedua, promosi penjualan berkontribusi terhadap kepuasan. Ketiga, kepuasan berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan. Keempat, e-service quality berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan. Kelima, promosi penjualan berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan. Keenam, promosi penjualan berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan melalui variabel perantara kepuasan. Ketujuh, e-service quality berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan melalui variabel perantara kepuasan.

**Kata kunci : E-Service Quality, Promosi Penjualan, Kepuasan dan Loyalitas**

***The Effect Of E-Service Quality And Sales Promotion  
On Loyalty With Customer Satisfaction As An  
Intervening Variable on Gofood Products  
In Indonesia***

**By :**  
***Damis Veri Budianto***  
***NPM: 20061020008***

***ABSTRACT***

*Loyalty is an effort to establish long-term relationships with customers. This study examines the effect of e-service quality, sales promotion on loyalty to GoFood products with customer satisfaction as the intervening variable.*

*The data collected is 327 customers from the GoFood user population throughout Indonesia. The primary research data source is GoFood application users. While the research method using purposive sampling method. Descriptive analysis was used with the help of the SPSS 25 analysis tool, while for statistical analysis using the PLS 3.0 test tool.*

*The results obtained from this study are: First, e-service quality contributes to satisfaction. Second, sales promotion contributes to satisfaction. Third, satisfaction contributes to customer loyalty. Fourth, e-service quality contributes to customer loyalty. Fifth, sales promotion contributes to customer loyalty. Sixth, sales promotion contributes to customer loyalty through the intermediary variable satisfaction. Seventh, e-service quality contributes to customer loyalty through satisfaction intermediary variables.*

***Keywords: E-Service Quality, Sales Promotion, Satisfaction and Loyalty***

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim,*

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah terhadap Allah SWT karena atas rahmat dan limpahan karunianya sehingga tesis ini dapat terselesaikan sebagai salah satu tugas akhir yang berjudul “Pengaruh E-Service Quality Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Produk GoFood Di Indonesia”.

Keunggulan dari penelitian ini terdapatnya beberapa indikator di setiap variabel penelitian. Penelitian ini menggunakan alat uji SPSS 25 dan PLS versi 3.0. Terdapat pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel eksogen e-service quality dan promosi penjualan melalui variabel mediasi kepuasan. Bagi pembaca yang ingin menjadi Mitra GoFood, penelitian ini cocok sebagai awal untuk memberikan informasi tentang prospek sistem kemitraan yang diterapkan GoFood ditinjau dari sudut pandang loyalitas pelanggan GoFood.

Penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang mendukung dan membantu hingga terselesainya skripsi ini, ucapan terima kasih khususnya saya sampaikan kepada :

1. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP., selaku Dosen Pembimbing I yang memberikan banyak bimbingan, saran dan arahan mulai dari awal hingga terselesainya skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, CRP., selaku Dosen Pembimbing II yang memberikan banyak bimbingan, saran dan arahan mulai dari awal hingga terselesainya skripsi ini dengan baik.



3. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, IPU., selaku Rektor UPN Veteran Jawa Timur
4. Ibu Prof. Dr, Yuniningsih, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Magister Manajemen
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen beserta Staf Karyawan Akademik UPN Veteran Jawa Timur penulis berharap banyak masukan agar penulisan tesis ini sesuai dengan harapan semua kalangan.

Semoga tesis ini menjadi sumber inspirasi bagi pembaca yang membutuhkan dan sebagai bahan acuan untuk membantu kelancaran dalam penelitian dikemudian hari.

Surabaya, 29 Mei 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERSEMBAHAN & MOTTO.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.4.1 Bagi Manajemen PT. Gojek Indonesia .....	11
1.4.2 Bagi Peneliti .....	12
1.4.3 Bagi UPN Veteran Jawa Timur.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.1 Kemitraan .....	17
2.2.2 Jasa .....	19
2.2.3 E-Service Quality .....	20
2.2.4 Promosi Penjualan.....	23
2.2.5 Kepuasan pelanggan (Customer Satisfaction).....	24
2.2.6 Loyalitas .....	25
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	28
2.3.1 Pengaruh antara E-Service Quality dan Promosi Penjualan .....	28
2.3.2 Pengaruh antara E-Service Quality dan Kepuasan Pelanggan .....	29

2.3.3	Pengaruh antara Promosi Penjualan dan Kepuasan Pelanggan .....	31
2.3.4	Pengaruh antara Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan .....	32
2.3.5	Pengaruh antara E-Service Quality dan Loyalitas Pelanggan .....	33
2.3.6	Pengaruh antara Promosi Penjualan dan Loyalitas Pelanggan .....	35
2.4	Kerangka Konseptual .....	36
2.5	Hipotesis Penelitian.....	37
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1	Jenis dan Desain Penelitian .....	39
3.1.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	40
3.1.1.1	Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) .....	40
3.1.1.2	Kualitas Layanan Online ( <i>E-Service Quality</i> ) .....	40
3.1.1.3	Kepuasan Pelanggan ( <i>Customer Satisfaction</i> ) .....	41
3.1.1.4	Loyalitas ( <i>Loyalty</i> ) .....	41
3.1.2	Pengukuran Variabel .....	42
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Penentuan Sampel .....	43
3.2.1	Populasi .....	43
3.2.2	Sampel.....	43
3.3	Instrumen Penelitian.....	44
3.4	Data dan Metode Pengumpulan Data.....	44
3.4.1	Jenis dan Sumber Data .....	44
3.4.2	Metode Pengumpulan Data .....	45
3.5	Uji Validitas Instrumen Penelitian .....	45
3.6	Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	46
3.7	Teknik Analisis Data.....	46
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	46
3.7.2	Analisis Statistik.....	47
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
4.1	Gambaran Obyek Penelitian .....	53
4.2	Karakteristik Responden .....	53
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan ... ..	54
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55

4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	55
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk Dalam Satu Bulan .....	56
4.3	Analisa Data .....	57
4.3.1	Analisis Deskripsi Variabel Penelitian .....	57
4.3.1.1	Analisis tanggapan respondent erhadap variable E-Service Quality pada GoFood ...	58
4.3.1.2	Analisis tanggapan respondent erhadap varaibel promosi penjualan pada GoFood ...	60
4.3.1.3	Analisis tanggapan responden terhadap variabel kepuasan pada GoFood .....	61
4.3.1.4	Analisis tanggapan responden terhadap indikator loyalitas pelanggan pada GoFood	62
4.3.2	Model Pengukuran (Ontlier Loading) .....	63
4.3.3	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	66
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian .....	71
BAB V	PENUTUP .....	82
5.1	Kesimpulan .....	82
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	84
5.3	Saran .....	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penetrasi Pengguna Internet Terhadap Jumlah Penduduk .....	1
Tabel 1.2	Perkembangan Nilai Barang Dagangan (GMV) Pengantar Makanan Indonesia .....	3
Tabel 3.1	Tabel Bobot Nilai.....	42
Tabel 3.2	Pengukuran Inner Model .....	48
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	54
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	55
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	55
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk Dalam Satu Bulan .....	56
Tabel 4.6	Tanggapan Responden terhadap E-Service Quality pada “GoFood” .....	58
Tabel 4.7	Tanggapan Responden terhadap Promosi Penjualan pada “GoFood” .....	60
Tabel 4.8	Tanggapan Responden terhadap kepuasan pada GoFood.....	61
Tabel 4.9	Tanggapan Responden terhadap Loyalitas Pelanggan pada GoFood .....	62
Tabel 4.10	Nilai Factor Loading .....	63
Tabel 4.11	Validitas Diskriminan .....	64
Tabel 4.12	Average variance Extracted (AVE) .....	65
Tabel 4.13	Reliabilitas Data .....	66
Tabel 4.14	<i>R. Square</i> .....	67
Tabel 4.15	Uji Kausalitas ( <i>Inner Weight</i> ) .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	37
Gambar 3.1 Diagram Jalur Penelitian .....	50
Gambar 4.1 Model PLS .....	69



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Lembar Kuesioner
- Lampiran 2. Data Karakteristik Responden Sampel Besar
- Lampiran 3. Gambaran Subyek Penelitian
- Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5. Analisis Tanggapan Responden
- Lampiran 6. R Square
- Lampiran 7. Uji Hipotesis (Pengaruh Langsung)
- Lampiran 8. Uji Hipotesis (Pengaruh Tidak Langsung)