

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP *E-LOYALTY* MELALUI *E-SATISFACTION*
(Studi Kasus : Pelanggan Traveloka di Surabaya)**

Skripsi

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen**



Oleh:

**AZIZI ABDUL RACHMAN
1612010149 / FEB / EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2021

SKRIPSI

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP *E-LOYALTY* MELALUI *E-SATISFACTION*
(Studi Kasus : Pelanggan Traveloka di Surabaya)**

Oleh :

AZIZI ABDUL RACHMAN
1612010149 / FEB / EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 29 Juni 2021

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Sulastri Jethyuni, S.E., N.M.
NIP. 196296101989032001

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W., M.M.
NIP. 196319091991932001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur



Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.T.
NIP. 195908281990031001

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP *E-LOYALITY*
MELALUI *E-SATISFACTION*
(Studi Kasus : Pelanggan Traveloka di Surabaya)**

Oleh:

Azizi Abdul Rachman
1612010149/FE/M

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan guna mengetahui pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *E-Loyalty* melalui Variabel Penghubung *E-Satisfaction* dengan menggunakan populasi pengguna Traveloka yang ada di Surabaya. Sampel dipilih dengan memakai teknik *purposive sampling* yang memperoleh 110 responden.

Penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) sebagai teknik analisis data. Penelitian ini menghasilkan bahwa *E-Service Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction*, *E-Trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction*, *E-Satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty*.

Kata kunci : *E-Service Quality*, *E-Trust*, *E-Loyalty*, *E-Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah Azza Wa Jalla yang telah memberikan limpahan karunia, nikmat, rahmat, berkah, dan anugerah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP *E-LOYALITY* MELALUI *E-SATISFACTION* (Studi Kasus : Pelanggan Traveloka di Surabaya)”**

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana manajemen program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan, serta saran-saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih yang tidak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Sulastri Irbayuni, S.E., M.M. selaku koordinator Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dra. Ec. Nuruni Ika W., MM. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan masukan kepada peneliti dalam melaksanakan penelitian dan proses penyelesaian skripsi.
3. Para dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Kedua orang tua dan adik yang tercinta dan saya banggakan yang telah memberikan segala upaya serta dukungan baik dari motivasi, do'a, dan finansial dalam penyusunan penelitian ini.
5. Sahabat Heho terutama Ardian Saifullah yang telah membantu dalam menata susunan penelitian ini.
6. Sahabat Kaum Pedot dan keluarga warkop 58 yang telah memberikan masukan dan hiburan dalam penyusunan penelitian ini.
7. Orang yang saya cintai Monica Ramadhayanti Aisyah yang telah memberikan dukungan serta semangat dan banyak membantu dalam penyusunan penelitian ini.

Jazakumullah Khairan, semoga Allah membalas kebaikan pihak-pihak diatas. Penulis menyadari bahwa penulisan penelitian ini masih jauh dari sempurna dan dengan penuh kerendahan hati penulis mohon maaf serta mengharapkan adanya kritik maupun saran yang membangun dari pembaca. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Surabaya, 22 November 2020

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 <i>E-Commerce</i>	15
2.2.2 <i>E-Service Quality</i>	18
2.2.3 <i>E-Trust</i>	21
2.2.4 <i>E-Satisfaction</i>	24
2.2.5 <i>E-Loyalty</i>	26
2.3 Hubungan Antar Variabel	29
2.3.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	29
2.3.2 Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	30

2.3.3 Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	30
2.4 Kerangka Konseptual	32
2.5 Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
3.1.1 Definisi Operasional	33
3.1.2 Pengukuran Variabel	40
3.2 Teknik Penentuan Populasi dan Sampel	42
3.2.1 Populasi	42
3.2.2 Sampel	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data	43
3.3.1 Jenis Data.....	43
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	44
3.4 Uji Validitas dan Reabilitas.....	44
3.4.1 Uji Validitas.....	44
3.4.2 Uji Reabilitas	45
3.5 Teknik Analisis Dan Uji Hipotesis.....	46
3.5.1 Teknik Analisis.....	46
3.5.2 Pertimbangan Menggunakan <i>Partial Least Square</i> (PLS)	47
3.5.3 Cara Kerja PLS	48
3.5.4 Model Spesifikasi PLS	49
3.5.5 Langkah – Langkah PLS	51
3.5.6 Asumsi PLS	62

3.5.7	Ukuran Sampel (<i>Sample Size</i>)	63
BAB IV	PEMBAHASAN	65
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	65
4.1.1	Gambaran Umum Traveloka	65
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	68
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden	68
4.2.2	Deskripsi Variabel	70
4.3	Analisis Data	81
4.3.1	Evaluasi Outlier	81
4.3.2	Interpretasi Hasil Olah Data PLS.....	83
4.4	Pembahasan	95
4.4.1	Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction	95
4.4.2	Pengaruh E-Trust terhadap E-Satisfaction.....	96
4.4.3	Pengaruh E-Satisfaction terhadap E-Loyalty.....	96
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1	Kesimpulan	98
5.2	Saran	99
DAFTAR PUSTAKA		100
LAMPIRAN.....		103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	2
Gambar 1.2	3
Gambar 1.3	7
Gambar 3.1	51
Gambar 3.2	64
Gambar 4.1	66
Gambar 4.2	92
Gambar 4.3	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	6
Tabel 1.2.....	6
Tabel 4.1.....	68
Tabel 4.2.....	69
Tabel 4.3.....	70
Tabel 4.4.....	71
Tabel 4.5.....	72
Tabel 4.6.....	73
Tabel 4.7.....	74
Tabel 4.8.....	75
Tabel 4.9.....	76
Tabel 4.10.....	77
Tabel 4.11.....	78
Tabel 4.12.....	79
Tabel 4.13.....	82
Tabel 4.14.....	84
Tabel 4.15.....	85
Tabel 4.16.....	87
Tabel 4.17.....	89
Tabel 4.18.....	89
Tabel 4.19.....	90
Tabel 4.20.....	93
Tabel 4.21.....	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	102
Lampiran 2	108