

**PENGARUH *E-SERVICESCAPE*, *E-TRUST*, DAN *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA APLIKASI SHOPEE
(Studi Pada Pengguna Shopee di Kota Surabaya)**

SKRIPSI



Oleh :

SHAHNA NAILA SAFIRA

NPM. 20042010221

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH E-SERVICESCAPE, E-TRUST, DAN E-SERVICE QUALITY
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA APLIKASI SHOPEE
(Studi Pada Pengguna Shopee di Kota Surabaya)**

Disusun Oleh:

SHAHNA NAILA SAFIRA
20042010221

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 18 September 2024


Menyetujui,

PEMBIMBING



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

TIM PENGUJI

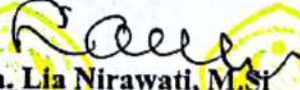
1. Ketua


Dr. Acep Samsudin, M.M., M.A
NPT. 21119771204337

2. Sekretaris


Budi Prabowo, S.Sos., M.M
NIP. 196210161988031001

3. Anggota


Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH E-SERVICESCAPE, E-TRUST, DAN E-SERVICE QUALITY
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA APLIKASI SHOPEE
(Studi Pada Pengguna Shopee di Kota Surabaya)**

Disusun Oleh :

**SHAHNA NAILA SAFIRA
NPM. 20042010221**

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan Skripsi

Menyetujui,


PEMBIMBING


**Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993932001**

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006**

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Shahna Naila Safira
NPM : 20042010221
Fakultas / Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Administrasi Bisnis
Judul Skripsi / Tugas Akhir / Pengaruh *E-Servicescape*, *E-Trust*, dan *E-Service Quality*
Tesis / Desertasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Pengguna Shopee di Kota Surabaya)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diajukan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 18 September 2024

Yang Menyatakan

Shahna Naila Safira

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, tak lupa pada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini. Tidak lepas juga dari Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terima kasih yang tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *E-Servicescape*, *E-Trust*, dan *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Surabaya)”**.

Penyusunan penelitian ini tidak terlepas dari bantuan pihak yang selalu mendukung penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Kedua orang tua dan keluarga penulis. Khususnya kepada mama dan ayah yang semasa hidupnya telah merawat, mendidik, dan memberikan doa serta selalu mendukung penulis hingga sampai pada tahap ini.
5. Teman-teman dan sahabat penulis yang telah memberikan dukungan dan semangat agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Semua pihak terkait yang telah ikut membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan pada penelitian ini. Hal ini disebabkan karena adanya keterbatasan kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, perlu adanya kritik dan saran serta masukan yang membangun dari semua pihak. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan bagi penulis, pembaca serta semua pihak yang membaca penelitian ini.

Surabaya, September 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori.....	19
2.2.1 Pemasaran	19
2.2.2 Jasa.....	20
2.2.3 E-Commerce	21
2.2.4 <i>E-Servicescape</i>	22
2.2.5 <i>E-Trust</i>	29
2.2.6 <i>E-Service Quality</i>	31
2.2.7 Kepuasan Pelanggan.....	34
2.3 Hubungan Antar Variabel	36
2.3.1 Pengaruh <i>E-Servicescape</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	36
2.3.2 Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	36
2.3.3 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	37
2.4 Kerangka Berpikir	38
2.5 Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	41

3.1 Jenis Penelitian.....	41
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	41
3.2.1 Definisi Operasional.....	41
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	49
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	51
3.3.1 Populasi.....	51
3.3.2 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	51
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.4.1 Sumber Data.....	53
3.4.2 Pengumpulan Data.....	53
3.5 Uji Validitas dan Realibilitas.....	55
3.5.1 Uji Validitas.....	55
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	55
3.6 Teknik Analisis.....	56
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	56
3.6.2 Regresi Linear Berganda.....	59
3.7 Uji Hipotesis.....	60
3.7.1 Uji Simultan (Uji F).....	60
3.7.2 Uji Parsial (Uji t).....	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	66
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	66
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	67
4.1.3 Logo Perusahaan.....	68
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	69
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	69
4.3 Deskripsi Variabel-Variabel Penelitian.....	73
4.3.1 Variabel <i>E-Servicescape</i> (X1).....	74
4.3.2 Variabel <i>E-Trust</i> (X2).....	77
4.3.3 Variabel <i>E-Service Quality</i> (X3).....	81
4.3.4 Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	85

4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	87
4.4.1 Uji Validitas.....	87
4.4.1 Uji Reliabilitas	89
4.5 Uji Asumsi Klasik	90
4.5.1 Uji Normalitas	90
4.5.1 Uji Multikolinearitas.....	91
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas	92
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	93
4.7 Koefisien Determinasi.....	95
4.8 Uji Hipotesis	96
4.8.1 Uji F (Uji Simultan).....	96
4.8.2 Uji t (Uji Parsial)	97
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian	100
BAB V PENUTUP	109
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Periode 2022-2023	2
Gambar 1. 2 Peringkat Aplikasi Yang Banyak di Download Melalui <i>Google Play Store</i> dan <i>App Store</i> , Januari 2024	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	39
Gambar 3. 1 Contoh Skala <i>Likert</i> Untuk Pengambilan Data Penelitian	51
Gambar 3. 2 Gambar Kurva Uji F.....	62
Gambar 3. 3 Gambar Kurva Uji t.....	64
Gambar 4. 1 Logo Shopee.....	68
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	93
Gambar 4. 3 Kurva Uji t.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Jadwal Pelaksanaan.....	64
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4. 3 Klasifikasi Reponden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Wilayah Surabaya	72
Tabel 4. 5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Shopee ..	73
Tabel 4. 6 Hasil Tanggapan Responden Variabel <i>E-Servicescape</i> (X1).....	74
Tabel 4. 7 Hasil Tanggapan Responden Variabel <i>E-Trust</i> (X2)	77
Tabel 4. 8 Hasil Tanggapan Responden Variabel <i>E-Service Quality</i> (X3).....	81
Tabel 4. 9 Hasil Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	85
Tabel 4. 10 Uji Validitas Variabel <i>E-Servicescape</i> (X1)	87
Tabel 4. 11 Uji Validitas Variabel <i>E-Trust</i> (X2)	88
Tabel 4. 12 Uji Validitas Variabel <i>E-Service Quality</i> (X3)	88
Tabel 4. 13 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	89
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas	90
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas	91
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	92
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	94
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	96
Tabel 4. 19 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	97
Tabel 4. 20 Hasil Uji t (Uji Parsial)	98
Tabel 4. 21 matrix Hasil Penelitian.....	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	117
Lampiran 2. Tabulasi Data Jawaban Responden	125
Lampiran 3. Hasil Uji SPSS.....	141
Lampiran 4. Hasil Bukti Plagiasi	152
Lampiran 5. LoA Jurnal	153

ABSTRAK

SHAHNA NAILA SAFIRA, 20042010221, Pengaruh *E-Servicescape*, *E-Trust*, dan *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Pengguna Shopee di Kota Surabaya)

Munculnya jaringan internet merupakan salah satu dampak dari adanya perkembangan teknologi saat ini. *E-commerce* merupakan salah satu dari sekian banyak transaksi bisnis saat ini yang saat ini tercipta dengan memanfaatkan manfaat dari adanya teknologi internet. Salah satu contoh dari *e-commerce* yang banyak digunakan saat ini adalah Shopee. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak dari *e-servicescape*, *e-trust*, dan *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi Shopee di kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan secara online dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Populasi penelitian ini merupakan masyarakat yang bertempat tinggal di kota Surabaya. Sampel pada penelitian ini berjumlah 135 responden yang dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, koefisien determinasi, regresi linear berganda, uji F, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-servicescape*, *e-trust*, dan *e-service quality* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *E-servicescape*, *e-trust*, dan *e-service quality* secara parsial juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan taraf signifikansi dibawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik layanan *e-servicescape*, *e-trust*, dan *e-service quality* yang diberikan oleh Shopee maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan disaat menggunakan aplikasi Shopee.

Kata Kunci: *E-Servicescape*, *E-Trust*, *E-Service Quality*, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

SHAHNA NAILA SAFIRA, 20042010221, *The Effect of E-Servicescape, E-Trust, and E-Service Quality on Customer Satisfaction in the Shopee Application (Study on Shopee Users in Surabaya City)*

The emergence of the internet network is one of the impacts of current technological developments. E-commerce is one of the many current business transactions created using the benefits of internet technology. One example of e-commerce that is widely used today is Shopee. This study aims to evaluate the impact of e-servicescape, e-trust, and e-service quality on customer satisfaction for Shopee application users in Surabaya city. This research uses quantitative research type. Data collection in this study was carried out online by distributing questionnaires via google form. The population of this study are people who live in the city of Surabaya. The sample in this study amounted to 135 respondents who were carried out using purposive sampling technique. The methods used in this study are validity test analysis, reliability, classical assumptions, coefficient of determination, multiple linear regression, F test, and t test. The results showed that e-servicescape, e-trust, and e-service quality simultaneously had a significant effect on customer satisfaction. E-servicescape, e-trust, and e-service quality partially also have a significant effect on customer satisfaction with a significance level below 0.05. This shows that the better the e-servicescape, e-trust, and e-service quality services provided by Shopee, it will increase customer satisfaction when using the Shopee application.

Keywords: *E-Servicescape, E-Trust, E-Service Quality, Customer Satisfaction*