

**PENGARUH *E-TRUST* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI *ACCESS*  
BY KAI DENGAN KEPUASAN PELANGGAN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**LUSIANA RAHMAWATI**

**NPM. 20042010032**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
SURABAYA**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH *E-TRUST* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI *ACCESS BY KAI*  
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING**

**Disusun Oleh:**

**Lusiana Rahmawati**  
**NPM. 20042010032**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,**

**PEMBIMBING**



**Dra. Sonja Andarini, M.Si**  
**NIP. 196503261993092001**

**Mengetahui,**

**DEKAN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**



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



LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *E-TRUST* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI *ACCESS BY KAI* DENGAN KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Disusun Oleh:

**LUSIANA RAHMAWATI**  
NPM. 20042010032


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 17 Januari 2025


Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

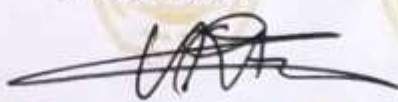
TIM PENGUJI

1. Ketua


  
**Dra. Sonja Andarini, M.Si**  
NIP. 196503261993092001

  
**Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si**  
NIP. 197011012021211004



2. Sekretaris

  
**Dr. Nurhadi, M.Si**  
NIP. 196902011994031001

3. Anggota

  
**Dra. Sonja Andarini, M.Si**  
NIP. 196503261993092001

Mengetahui,  
DEKAN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

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

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lusiana Rahmawati

NPM : 20042010032

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

**PENGARUH *E-TRUST* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI *ACCESS*  
BY KAI DENGAN KEPUASAN PELANGGAN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 20 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata 1 di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarism dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 17 Desember 2025

Yang membuat pernyataan



Lusiana Rahmawati

NPM 2004201003

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *E-Trust* Dan *E-Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi *Access By KAI* Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening”.

Penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, mendukung, serta memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini. Selain itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada pihak yang memberikan dukungan, diantaranya 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, MM, MA. Selaku Koordinator Progam Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Progam Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Kedua Orang Tua, Adik, Keluarga, dan Saudara-saudara tercinta yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Sahabat saya tersayang (Savira, Yanti, Via, Shofi, Mirsa, Lusi, Lady) yang bersedia mendengarkan keluh kesah dan memberikan semangat selama penyusunan skripsi.
6. Seluruh teman-teman Administrasi Bisnis Angkatan 2020 yang selalu memberikan dukungan dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Teruntuk diri sendiri, Lusiana Rahmawati. Terimakasih telah bertahan dan berjuang menyelesaikan skripsi ini, selalu berpikir positif dan menghadapi apapun masalah hidup dengan sabar. Semoga selalu haus ilmu dan tetap merunduk seperti padi.

Penulis menyadari bahwa ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menghanturkan permohonan maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan ini. Penulis berharap pembaca ini dapat memberikan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan dan perbaikan proposal ini, sehingga dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan khususnya bagi penulis.

Surabaya, Januari 2025

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori .....	11
2.2.1 Pemasaran .....	11
2.2.2 E-Trust.....	12
2.2.3 E-Service Quality .....	13
2.2.4 Loyalitas pelanggan.....	15
2.2.5 Kepuasan pelanggan.....	16
2.3 Kerangka Berpikir .....	17
2.4 Hipotesis .....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>20</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	20
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	20
3.2.1 Definisi Operasional .....	20
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	22
3.3 Populasi, Sampel, dan Penarikan Sampel.....	23
3.3.1 Populasi.....	23
3.3.2 Sampel.....	23
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....	24
3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.4.1 Jenis Data .....	25
3.4.2 Sumber Data.....	26
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5 Teknik Analisis Data .....	27
3.5.1 Analisis Data .....	27
3.5.2 Analisis Jalur (Path Analysis) .....	29
3.6 Uji Hipotesis .....	33
3.7 Jadwal Penelitian .....	34
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>35</b>

4.1 Hasil Penelitian dan Penyajian Data.....	35
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
4.1.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	38
4.2 Analisis PLS-SEM.....	47
4.2.1 Analisis Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	47
4.2.2 Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	50
4.2.3 Uji Hipotesis <i>Direct Effect</i> dan <i>Indirect Effect</i> .....	52
4.3 Pembahasan .....	56
4.3.1 Pengaruh <i>E-Trust</i> (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) .....	56
4.3.2 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) .....	57
4.3.3 Pengaruh <i>E-Trust</i> (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).....	58
4.3.4 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) .....	59
4.3.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Z) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) .....	60
4.3.6 Pengaruh <i>E-Trust</i> (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Melalui Kepuasan Pelanggan (Z).....	61
4.3.7 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Melalui Kepuasan Pelanggan (Z).....	62
4.3.8 Kendala Penelitian.....	63
4.3.9 Matriks Hasil Penelitian .....	64
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>68</b>
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>74</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gambaran Indikator Digital Utama Negara Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Rating Aplikasi Access by KAI .....	4
Gambar 1. 3 Review Aplikasi Access by KAI 1 .....	5
Gambar 1. 4 Review Aplikasi Access by KAI 2.....	5
Gambar 1. 5 Review Aplikasi Access by KAI 3.....	6
Gambar 2 1 Kerangka Berpikir .....	18
Gambar 3. 1 Analisis Jalur .....	30
Gambar 4.1 Logo PT. KAI.....	37
Gambar 4.2 Model Struktural (Inner Model).....	51

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	21
Tabel 3.2 Skala Likert .....	23
Tabel 3.3 Rule Of Thumb Evaluasi Model Pengukuran .....	31
Tabel 3.4 Rule Of Thumb Evaluasi Model Pengukuran .....	33
Tabel 3.5 Jadwal Penelitian.....	34
Tabel 4.1 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2 Klasifikasi Berdasarkan Usia .....	39
Tabel 4.3 Klasifikasi Berdasarkan Domisili .....	40
Tabel 4.4 Klasifikasi Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 4.5 Distribusi frekuensi variabel E-Trust (X1) .....	41
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel E-Service Quality (X2) .....	43
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) .....	45
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	46
Tabel 4.9 Hasil Outer Loading Melalui Uji PLS Algorithm.....	48
Tabel 4.10 Nilai Average Variance Extracted (AVE) .....	48
Tabel 4.11 Hasil Cross Loading.....	49
Tabel 4.12 Hasil Composite Reliability .....	50
Tabel 4.13 Hasil Uji R-Square .....	51
Tabel 4.14 Hasil Direct Effect melalui Uji Bootstrapping.....	53
Tabel 4.15 Hasil Inderect Effect Melalui Uji Bootstrapping .....	55
Tabel 4.16 Matriks Hasil Penelitian.....	64

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian .....	74
Lampiran 2. Tabulasi Data Karakteristik Responden .....	79
Lampiran 3. Tabulasi Data Jawaban Responden .....	88
Lampiran 4. <i>Outer Loading</i> .....	93
Lampiran 5. <i>Composite Reliability</i> dan AVE .....	93
Lampiran 6. <i>Cross Loading</i> .....	93
Lampiran 7. Model <i>Cronbach Alpha (Outer Model)</i> .....	94
Lampiran 8. Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	94
Lampiran 9. R Square ( $R^2$ ).....	94
Lampiran 10. <i>Path Coefficients</i> .....	94
Lampiran 11. <i>Indirect Effect</i> .....	94

## ABSTRAK

**Lusiana Rahmawati, 20042010032, Pengaruh *E-Trust* Dan *E-Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi *Access By KAI* Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. Pembimbing Dra. Sonja Andarini, M.Si**

Pesatnya kemajuan digitalisasi telah merevolusi berbagai sektor, termasuk transportasi. Beberapa layanan offline telah beralih ke layanan online dalam bentuk aplikasi. Tingginya risiko transaksi online dapat melibatkan e-trust dan kualitas layanan elektronik untuk mencapai kepuasan pelanggan pengguna aplikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh e-trust dan e-service quality terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi *Access by KAI*, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Mengatasi keluhan pengguna, seperti kesalahan sistem dan masalah penjadwalan, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian menggunakan pendekatan asosiatif kuantitatif, mensurvei 160 pengguna *KAI Access* di Surabaya, dianalisis menggunakan metode SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik secara signifikan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, sedangkan kepercayaan elektronik mempengaruhi kepuasan tetapi tidak secara langsung terhadap loyalitas. Kepuasan pelanggan memainkan peran penting sebagai variabel intervening, yang menjembatani kepercayaan elektronik dan kualitas layanan elektronik dengan loyalitas. Analisis R-Square menunjukkan kekuatan penjelasan yang moderat untuk kepuasan pelanggan (50%) dan kekuatan penjelasan yang kuat untuk loyalitas pelanggan (75%). Meskipun ada kemajuan dalam fitur seperti perencanaan perjalanan dan pelacakan langsung, keluhan pengguna menyoroti area yang memerlukan perbaikan. Studi ini menyimpulkan bahwa meningkatkan kualitas layanan elektronik dan menyelesaikan masalah teknis dapat memperkuat loyalitas pelanggan, menekankan peran penting kepuasan pelanggan. Penelitian ini memberikan wawasan bagi PT Kereta Api Indonesia untuk mengoptimalkan inovasi digital dan meningkatkan kualitas layanan, memperkuat kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap platform transportasi digital.

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

## **ABSTRACT**

***Lusiana Rahmawati, 20042010032, The Influence Of E-Trust And E-Service Quality On Customer Loyalty Of Access Application Users By KAI With Customer Satisfaction As An Intervening Variable. Supervisor Dra. Sonja Andarini, M.Si***

*The rapid progression of digitization has revolutionized various sectors, including transportation. Several offline services have switched to online services in the form of applications. The high risk of online transactions can involve e-trust and e-service quality to achieve customer satisfaction with application users. This study investigates the influence of e-trust and e-service quality on customer loyalty in the Access by KAI application, with customer satisfaction as an intervening variable. Addressing user complaints, such as system errors and scheduling issues, the research explores how these factors affect customer loyalty. The study adopts a quantitative associative approach, surveying 160 KAI Access users in Surabaya, analyzed using the SEM-PLS method. Results indicate that e-service quality significantly impacts customer satisfaction and loyalty, while e-trust influences satisfaction but not loyalty directly. Customer satisfaction plays a critical role as an intervening variable, bridging e-trust and e-service quality with loyalty. The R-Square analysis reveals a moderate explanatory power for customer satisfaction (50%) and a strong explanatory power for customer loyalty (75%). Despite advancements in features like trip planners and live tracking, user complaints highlight areas needing improvement. The study concludes that enhancing e-service quality and resolving technical issues can strengthen customer loyalty, emphasizing the pivotal role of customer satisfaction. This research provides insights for PT Kereta Api Indonesia to optimize digital innovations and improve service quality, reinforcing customer trust and satisfaction in digital transportation platforms.*

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