

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST*, DAN *E-CUSTOMER*
SATISFACTION TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* PADA
PENGUNAAN APLIKASI HALODOC
(Studi Pengguna Aplikasi Halodoc di Kota Surabaya)**

SKRIPSI



Oleh:

SRI LINDA HANDAYANI

NPM. 21042010145

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST*, DAN *E-CUSTOMER*
***SATISFACTION* TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* PADA**

PENGUNAAN APLIKASI HALODOC
(Studi Pengguna Aplikasi Halodoc di Kota Surabaya)

Disusun Oleh:

SRI LINDA HANDAYANI
NPM. 21042010145

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


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

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST* DAN *E-CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* PADA
PENGUNAAN APLIKASI HALODOC
(Studi Pengguna Aplikasi Halodoc di Kota Surabaya)

Disusun Oleh:

SRI LINDA HANDAYANI
NPM. 21042010145

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 19 Mei 2025

Menyetujui:

PEMBIMBING UTAMA


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

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, M.Si
NIP. 196112241989031007

2. Sekretaris


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

3. Anggota


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

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sri Linda Handayani
NPM : 21042010145
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 22 Mei 2025
Yang membuat pernyataan



Sri Linda Handayani
NPM. 21042010145

*pilih salah satu (lingkari)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas ridho dan hidayah-Nya, sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh *E-Service Quality*, *E-Trust* dan *E-Customer Satifaction* Terhadap *E-Customer Loyalty* Pada Penggunaan Aplikasi Halodoc (Studi Pengguna Aplikasi Halodoc di Kota Surabaya)” dapat diselesaikan.

Dalam penyusunan skripsi ini, tentunya tidak terlepas arahan dan bimbingan dari Bapak Budi Prabowo, S.Sos., M.M. selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada beliau yang telah membantu dalam penyelesaian penyusunan skripsi. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak, diantaranya:

1. Bapak Dr. Catur Surotnoaji, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M, M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis.
3. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan “Nasional” Veteran Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Bapak Ramilin, Ibu Sri Wakiah, dan kakak yang menjadi sumber kekuatan dan inspirasi dalam hidup penulis. Terima kasih atas segala cinta, pengorbanan dan doa yang tiada henti dalam mendidik dan memberi semangat secara finansial maupun pemikiran.

5. Teman-teman Administrasi Bisnis dan seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan doa kepada saya.

Skripsi ini memang masih jauh dari kata “kesempurnaan”, oleh karena itu, saya selaku penulis sangat menerima berbagai saran atau kritik dari pembaca. Akhir kata, penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 19 Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	ixx
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Secara Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Secara Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Pemasaran	16
2.2.2 <i>E-Service Quality</i>	23
2.2.3 <i>E-Trust</i>	26
2.2.4 <i>E-Customer Satisfaction</i>	29

2.2.5 <i>E-Customer Loyalty</i>	32
2.3 Hubungan Antar Variabel	37
2.3.1 Hubungan Antara <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> ...	37
2.3.2 Hubungan Antara <i>E-Trust</i> Terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	37
2.3.3 Hubungan Antara <i>E-Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	37
2.4 Kerangka Berpikir	38
2.5 Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	42
3.2.1 Definisi Operasional	42
3.2.2 Pengukuran Variabel	45
3.3 Populasi, Sampel, Dan Teknik Penarikan Sampel.....	46
3.3.1 Populasi.....	46
3.3.2 Sampel	46
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.1 Jenis Data.....	48
3.4.2 Sumber Data	49
3.4.3 Pengumpulan Data	49
3.5 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	50
3.5.1 Uji Validitas	50
3.5.2 Uji Realibilitas	52
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	53

3.5.4 Uji Hipotesis	56
3.6 Waktu Penelitian.....	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	61
2.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.2 Penyajian Data.....	67
4.2.1 Hasil Data Karakteristik Responden.....	67
4.2.2 Hasil Deskripsi Variabel-Variabel Penelitian.....	70
4.3 Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	81
4.3.1 Hasil Uji Validitas	81
4.3.2 Hasil Uji Reabilitas	82
4.3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	83
4.3.4 Hasil Uji Hipotesis.....	90
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	94
4.4.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> , <i>E-Trust</i> , dan <i>E-Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> Secara Simultan	94
4.4.2 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> Secara Parsial.....	96
4.4.3 Pengaruh <i>E-Trust</i> Terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> Secara Parsial.....	97
4.4.4 Pengaruh <i>E-Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> Secara Parsial	99
4.5 Matrik hasil penelitian	100
BAB V KESIMPULAN.....	104
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA.....	109

LAMPIRAN.....	111
----------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rating Platform Halodoc.....	7
Tabel 3. 1 Bobot Skala Pengukuran	45
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian.....	60
Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Umur	68
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Wilayah	68
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pekerjaan.....	69
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel E-Service Quality	70
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel E-Trust	74
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Variabel E-Customer Satisfaction.....	76
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Variabel E-Customer Loyalty	79
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	81
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reabilitas	83
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas.....	84
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas	86
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	88
Tabel 4. 14 Hasil Uji F	91
Tabel 4. 15 Hasil Uji T	92
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	93
Tabel 4. 17 Matriks Hasil Penelitian	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Layanan Telemedicine dan Faskes yang digunakan di Indonesia.....	5
Gambar 1. 2 Ulasan Aplikasi Halodoc di Play Store	8
Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Berpikir.....	39
Gambar 3. 2 Kurva H_0 (Uji F).....	57
Gambar 3. 1 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 (Uji T).....	59
Gambar 4. 1 Logo Aplikasi Halodoc.....	63
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Halodoc	64
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	85
Gambar 4. 4 Diagram Scartterplot	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	111
Lampiran 2 Tabulasi Data Karakteristik Responden.....	117
Lampiran 3 Hasil Jawaban Ressenponden.....	122
Lampiran 4 Output Data SPSS.....	125

ABSTRAK

Sri Linda Handayani, 21042010145, Pengaruh *E-Service Quality*, *E-Trust*, dan *E-Customer Satisfactin* Terhadap *E-Customer Loyalty* Pada Pengguna Aplikasi Halodoc (Studi Pengguna Aplikasi Halodoc di Kota Surabaya)

Persaingan industri kesehatan digital untuk mempertahankan dan menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan khususnya aplikasi Halodoc menjadi alasan dalam penelitian ini. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh *e-service quality*, *e-trust*, dan *e-customer satisfaction* terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna aplikasi Halodoc. Penelitian ini berdasarkan persaingan antara industri Kesehatan digital untuk mempertahankan dan menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden pengguna aplikasi Halodoc. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan maupun parsial, ketiga variabel independen yaitu *e-service quality*, *e-trust*, dan *e-customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty*. Penelitian ini menyimpulkan bawa untuk mempertahankan dan mendorong loyalitas pelanggan, Perusahaan perlu fokus mengoptimalkan kualitas layanan, menjaga kepercayaan dengan konsisten, dan meningkatkan kepuasan yang tinggi kepada pelanggan agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *E-Service Quality*, *E-Trust*, *E-Customer Satisfaction*, *E-Customer Loyalty*, Halodoc

ABSTRACT

Sri Linda Handayani, 21042010145, The Influence of E-Service Quality, E-Trust, and E-Customer Satisfaction on E-Customer Loyalty of Halodoc Application Users (Study of Halodoc Application Users in Surabaya City)

The competition of the digital health industry to maintain and establish long-term relationships with customers, especially the Halodoc application, is the reason for this study. The purpose of this study is to analyze the effect of e-service quality, e-trust, and e-customer satisfaction on e-customer loyalty in Halodoc application users. This study is based on competition between the digital health industry to maintain and establish long-term relationships with customers. The research method used is a quantitative approach with an associative research type. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who were Halodoc application users. The data analysis technique used was multiple linear regression with the help of the SPSS program. The results of the analysis show that simultaneously and partially, the three independent variables, namely e-service quality, e-trust, and e-customer satisfaction, have a positive and significant effect on e-customer loyalty. This study concludes that to maintain and encourage customer loyalty, companies need to focus on optimizing service quality, maintaining trust consistently, and increasing high customer satisfaction in order to maintain customer loyalty.

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