

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PROGRAM GRATIS ONGKOS
KIRIM, DAN *E-SERVICESCAPE* TERHADAP *E-SATISFACTION*
(Studi pada Pengguna Aplikasi Alfagift di Surabaya)**

SKRIPSI



OLEH:

ANGELA CLARISA WIJAYA
NPM. 21042010076

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2025**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PROGRAM GRATIS ONGKOS
KIRIM, DAN E-SERVICESCACE TERHADAP E-SATISFACTION
(Studi pada Pengguna Aplikasi Alfagift di Surabaya)**

SKRIPSI



OLEH:

ANGELA CLARISA WIJAYA
NPM. 21042010076

**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 PERSEPSI KEMUDAHAN, PROGRAM GRATIS ONGKOS
KIRIM, DAN *E-SERVICESCAPE* TERHADAP *E-SATISFACTION*
(Studi pada Pengguna Aplikasi Alfagift di Surabaya)**

Disusun Oleh:

ANGELA CLARISA WIJAYA
NPM. 21042010076

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
Pembimbing Utama**


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

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik**


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

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PROGRAM GRATIS ONGKOS
KIRIM, DAN E-SERVICESCAPE TERHADAP E-SATISFACTION
(Studi pada Pengguna Aplikasi Alfagift di Surabaya)**

Disusun Oleh:

ANGELA CLARISA WIJAYA
NPM. 21042010076

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 23 Juni 2025

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Tim Penguji


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

1. Ketua


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si.
NIP. 196712241989031007

2. Sekretaris


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si.
NIP. 196805011994032001

3. Anggota


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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik


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

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Angela Clarisa Wijaya
NPM : 21042010076
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi 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 di kemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi 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, 30 Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Angela Clarisa Wijaya
NPM. 21042010076

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan rahmat dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Program Gratis Ongkos Kirim, dan *E-Servicescape* terhadap *E-Satisfaction* (Studi pada Pengguna Aplikasi Alfagift di Surabaya)”**.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis dalam menyusun skripsi ini. Penulis juga menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, 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 Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.

4. Kedua orang tua penulis, yaitu Ronny Wijaya dan Gusti Ayu Made Pratma Alit Suryani serta adik penulis, yaitu Bryan Christopher Wijaya, yang selalu memberikan doa, nasihat, dan dukungan kepada penulis.
5. Teman-teman Administrasi Bisnis yang telah memberikan dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari seluruh pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Surabaya, Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 Pemasaran.....	19
2.2.2 Perilaku Konsumen	25
2.2.3 <i>E-Grocery</i>	26
2.2.4 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	28
2.2.5 Persepsi Kemudahan	29
2.2.6 Promosi Penjualan.....	31
2.2.7 Program Gratis Ongkos Kirim	32
2.2.8 <i>E-Servicescape</i>	34
2.2.9 <i>E-Satisfaction</i>	37
2.3 Hubungan Antar Variabel	39

2.3.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan, Program Gratis Ongkos Kirim, dan <i>E-Servicescape</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	39
2.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap <i>E-Satisfaction</i>	39
2.3.3 Pengaruh Program Gratis Ongkos Kirim terhadap <i>E-Satisfaction</i>	39
2.3.4 Pengaruh <i>E-Servicescape</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	40
2.4 Kerangka Berpikir	40
2.5 Hipotesis.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	44
3.2.1 Definisi Operasional.....	44
3.2.2 Pengukuran Variabel	47
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	48
3.3.1 Populasi	48
3.3.2 Sampel.....	48
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	50
3.4 Teknik Pengumpulan Data	51
3.4.1 Jenis dan Sumber Data	51
3.4.2 Metode Pengumpulan Data	52
3.5 Teknik Analisis Data	53
3.5.1 Uji Validitas.....	53
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	54
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	55
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
3.5.5 Uji Hipotesis.....	60
3.5.6 Koefisien Determinasi.....	65
3.6 Waktu Penelitian.....	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	67
4.1.1 Profil Perusahaan.....	67
4.1.2 Logo Perusahaan	67
4.1.3 Visi Misi Perusahaan	68

4.1.4 Produk Perusahaan	69
4.2 Penyajian Data Hasil Penelitian	69
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	69
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	73
4.3 Hasil Analisis Data	87
4.3.1 Uji Validitas	87
4.3.2 Uji Reliabilitas	88
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	89
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	92
4.3.5 Uji Hipotesis	94
4.3.6 Koefisien Determinasi	97
4.4 Pembahasan	97
4.4.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan, Program Gratis Ongkos Kirim, dan <i>E-Servicescape</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	97
4.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap <i>E-Satisfaction</i>	99
4.4.3 Pengaruh Program Gratis Ongkos Kirim terhadap <i>E-Satisfaction</i>	100
4.4.4 Pengaruh <i>E-Servicescape</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	102
4.5 Matriks Hasil Penelitian	103
BAB V PENUTUP	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Negara yang Paling Sering Belanja <i>Online</i> , Ada Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Alasan Masyarakat Indonesia Memilih Metode Belanja <i>Online</i>	2
Gambar 1.3 10 Toko <i>Retail Modern</i> Terlaris di Indonesia Berdasarkan Nilai Penjualan (2023)	4
Gambar 1.4 <i>E-Grocery</i> dengan Tingkat <i>Awareness</i> Tertinggi 2024.....	6
Gambar 1.5 Tampilan Awal dan Beranda Aplikasi Alfagift	7
Gambar 1.6 Jumlah Unduhan, <i>Rating</i> , dan Ulasan Aplikasi Alfagift	8
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian	42
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	63
Gambar 3.2 Kurva Uji t.....	65
Gambar 4.1 Logo Alfamart	67
Gambar 4.2 Logo Alfagift.....	68
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	90
Gambar 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas	91
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	92
Gambar 4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	93
Gambar 4.7 Hasil Uji F	95
Gambar 4.8 Hasil Uji t	96
Gambar 4.9 Hasil Koefisien Determinasi	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Ritel Sub-Kategori Minimarket.....	5
Tabel 3.1 Nilai Skala <i>Likert</i>	48
Tabel 3.2 Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi	58
Tabel 3.3 Waktu Penelitian.....	66
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili/Tempat Tinggal.....	71
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
Tabel 4.5 Tanggapan Responden pada Variabel Persepsi Kemudahan (X1).....	73
Tabel 4.6 Tanggapan Responden pada Variabel Program Gratis Ongkos Kirim (X2)	76
Tabel 4.7 Tanggapan Responden pada Variabel <i>E-Servicescape</i> (X3).....	79
Tabel 4.8 Tanggapan Responden pada Variabel <i>E-Satisfaction</i> (Y).....	84
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	87
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	88
Tabel 4.11 Matriks Hasil Penelitian	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	112
Lampiran 2. Tabulasi Karakteristik Responden	117
Lampiran 3. Tabulasi Tanggapan Responden.....	122
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas.....	139
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas	141
Lampiran 6. Hasil Uji Normalitas	142
Lampiran 7. Hasil Uji Multikolinieritas.....	142
Lampiran 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas	143
Lampiran 9. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	143
Lampiran 10. Hasil Uji F	144
Lampiran 11. Hasil Uji t.....	144
Lampiran 12. Hasil Koefisien Determinasi.....	144
Lampiran 13. LoA Artikel Jurnal Sinta 3	145
Lampiran 14. Hasil Uji Plagiasi	146

ABSTRAK

Angela Clarisa Wijaya, 21042010076, PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PROGRAM GRATIS ONGKOS KIRIM, DAN *E-SERVICESCAPE* TERHADAP *E-SATISFACTION* (Studi pada Pengguna Aplikasi Alfagift di Surabaya)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dan signifikansi persepsi kemudahan, program gratis ongkos kirim, dan *e-Servicescape* secara simultan dan parsial terhadap *e-satisfaction* pada pengguna aplikasi Alfagift di Surabaya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 responden, yang diambil dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) persepsi kemudahan, program gratis ongkos kirim, dan *e-Servicescape* secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap *e-satisfaction*; (2) persepsi kemudahan dan *e-Servicescape* secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap *e-satisfaction*; dan (3) program gratis ongkos kirim secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *e-satisfaction*.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Program Gratis Ongkos Kirim, *E-Servicescape*, *E-Satisfaction*

ABSTRACT

Angela Clarisa Wijaya, 21042010076, *THE EFFECT OF PERCEIVED EASE OF USE, FREE SHIPPING PROGRAM, AND E-SERVICESCAPE ON E-SATISFACTION (Study on Alfagift Application Users in Surabaya)*

This study aims to determine and analyze the effect and significance of perceived ease of use, free shipping program, and e-Servicescape simultaneously and partially on e-satisfaction in Alfagift application users in Surabaya. This research uses quantitative research. The sample in this study were 150 respondents, who were taken using non-probability sampling technique, namely purposive sampling. The type of data used in the study is primary data with data collection techniques through questionnaires. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results showed that: (1) perceived ease of use, free shipping program, and e-Servicescape simultaneously have an effect and are significant to e-satisfaction; (2) perceived ease of use and e-Servicescape partially have an effect and are significant to e-satisfaction; and (3) free shipping program partially has no effect and is not significant to e-satisfaction.

Keywords: *Perceived Ease of Use, Free Shipping Program, E-Servicescape, E-Satisfaction*