

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-RECOVERY SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-SATISFACTION* PADA PENGGUNA SITUS DAN APLIKASI TOKOPEDIA

(Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Bung Hatta)



Disusun Oleh:

Fedlin Alfa Alfazri

1710011211015

Dosen Pembimbing:

Linda Wati, S.E., M.Si.

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS BUNG HATTA

2021

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini pembimbing skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

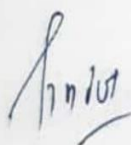
Nama : Fedlin Alfa Alfazri
NPM : 1710011211015
Program Studi : Strata Satu (S1)
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Recovery Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction* Pada Pengguna Situs dan Aplikasi Tokopedia (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Bung Hatta).

Telah disetujui skripsinya dengan sesuai prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan telah dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada hari Jum'at, 13 Agustus 2021.

Disetujui oleh,

Pembimbing

PLT Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Linda Wati, S.E., M.Si



Dr. Hidayat, S.T., M.T., IPM

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-RECOVERY SERVICE QUALITY*
TERHADAP *E-SATISFACTION* PADA PENGGUNA
SITUS DAN APLIKASI TOKO PEDIA
(Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Bung Hatta)**

Fedlin Alfa Alfazri¹, Linda Wati².

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, Universitas Bung Hatta

Email: fedlin.alfazri@gmail.com, lindawati@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bagaimana respon konsumen Tokopedia pada Mahasiswa Universitas Bung Hatta, melalui kepuasan elektronik. Study empiris ini dilakukan untuk mengetahui hubungan *e-service quality* dan *e-recovery service quality* terhadap *e-satisfaction*. *E-satisfaction* terdiri dari empat faktor, persepsi konsumen, *merchandizing*, *design* atau bentuk dan keamanan. Teknik analisis kuantitatif digunakan untuk menguji dua hipotesis melalui survei yang menggunakan skala likert lima poin. Teknik pengambilan sample dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Data diperoleh dari 150 responden yang secara langsung menggunakan situs dan aplikasi tokopedia pada mahasiswa Universitas Bung Hatta. Kuisisioner *online* melalui tautan *google forms* digunakan untuk mengumpulkan data. Pengaruh antara faktor-faktor penentu dianalisis menggunakan SPSS 16.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif terhadap *e-satisfaction* dan *e-recovery service quality* berpengaruh terhadap *e-satisfaction*.

Kata Kunci : *E-Service Quality*, *E-Recovery Service Quality*, *E-Satisfaction*.

THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY AND E-RECOVERY SERVICE QUALITY ON E-SATISFACTION ON USERS PEDIA STORESITE AND APPLICATION

(Case Study: Bung Hatta University Students)

Fedlin Alfa Alfazri¹, Linda Wati².

Faculty of Economics and Business, Department of Management, Bung Hatta University

Email: fedlin.alfazri@gmail.com, lindawati@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to prove how Tokopedia consumers respond to Bung Hatta University students, through electronic satisfaction. This empirical study was conducted to determine the relationship between e-service quality and e-recovery service quality on e-satisfaction. E-satisfaction consists of four factors, consumer perception, merchandizing, design or form and security. Quantitative analysis techniques were used to test two hypotheses through a survey using a five-point Likert scale. The sampling technique in this research is purposive sampling. Data were obtained from 150 respondents who directly used the Tokopedia website and application for Bung Hatta University students. Online questionnaire via google forms link was used to collect data. The influence between the determinants was analyzed using SPSS 16.0. The results showed that e-service quality had a positive effect on e-satisfaction and e-recovery service quality had a positive effect on e-satisfaction.

Keywords: E-Service Quality, E-Recovery Service Quality, E-Satisfaction.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Literatur	6
2.1.1 <i>E-Satisfaction</i>	6
2.1.1.1 Pengertian <i>E-Satisfaction</i>	6
2.1.1.2 Pentingnya <i>E-Satisfaction</i>	7
2.1.1.3 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi <i>E-Satisfaction</i>	7

2.1.2 <i>E-Service Quality</i>	8
2.1.2.1 Pengertian <i>E-Service Quality</i>	8
2.1.2.2 Pentingnya <i>E-Service Quality</i>	9
2.1.3 <i>E-Recovery Service Quality</i>	9
2.1.3.1 Pengertian <i>E-Recovery Service Quality</i>	9
2.1.3.2 Pentingnya <i>E-Recovery Service Quality</i>	10
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	10
2.2.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	10
2.2.2 Pengaruh <i>E-Recovery Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	11
2.3 Kerangka Konseptual	11

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	13
3.2 Metode Pengumpulan Data	13
3.3 Teknik Pengumpulan Data	13
3.4 Jenis dan Sumber Data	14
3.5 Populasi dan Sample.....	15
3.6 Definisi Operasional	18
3.6.1 <i>E-Satisfaction</i> (Y).....	18
3.6.1.1 Indikator <i>E-Satisfaction</i>	18
3.6.2 <i>E-Service Quality</i> (X ₁)	18

3.6.2.1 Indikator <i>E-Service Quality</i>	18
3.6.3 <i>E-Recovery Service Quality (X₂)</i>	19
3.6.3.1 Indikator <i>E-Recovery Service Quality</i>	19
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	20
3.7.1 Uji Validitas	20
3.7.2 Uji Realibilitas.....	21
3.8 Metode Analisis Data	21
3.8.1 Metode Analisis Deskriptif	21
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	22
3.8.2.1 Uji Normalitas	22
3.9 Pengujian Hipotesis.....	23
3.9.1 Analisis Model Regresi Linear Berganda	23
3.9.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	24

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Hasil Penyebaran Kuesioner	25
4.2 Karakteristik Responden.....	26
4.3 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	27
4.3.1 Uji Validitas	27
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	31
4.4 Analisis Deskriptif.....	31

4.4.1	E-Satisfaction (Y).....	32
4.4.2	E-Service Quality (X ₁)	33
4.4.3	E-Recovery Service Quality (X ₂).....	34
4.5	Uji Asumsi Klasik	36
4.5.1	Hasil Pengujian Uji Normalitas.....	36
4.5.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
4.6	Uji Statistik	39
4.6.1	Hasil Pengujian Uji T.....	39
4.7	Pengujian Hipotesis	40
4.7.1	Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction	40
4.7.2	Pengaruh E-Recovery Service Quality Terhadap E-Satisfaction	42
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	44
5.2	Implikasi Penelitian	44
5.3	Keterbatasan Penelitian	45
DAFTAR PUSTAKA		46
LAMPIRAN		49

DAFTAR TABEL

Daftar Tabel 1.1	2
Daftar Tabel 1.2	3
Daftar Tabel 4.1	25
Daftar Tabel 4.2	26
Daftar Tabel 4.3	28
Daftar Tabel 4.4	29
Daftar Tabel 4.5	30
Daftar Tabel 4.6	31
Daftar Tabel 4.7	32
Daftar Tabel 4.8	33
Daftar Tabel 4.9	35
Daftar Tabel 4.10	37
Daftar Tabel 4.11	37
Daftar Tabel 4.12	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	12
--------------------------------------	----