

**PENGARUH WEBSITE SERVICE QUALITY, DAN CUSTOMER E-SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER E-LOYALTY (Studi Kasus pengguna Tokopedia di Padang )**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**FADHLI FIZAHARI**

**1410011211235**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

**PADANG**

**2021**

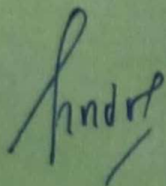
### TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : FADHLI FIZAHARI  
NPM : 1410011211235  
Program Study : Strata Satu (S1)  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Website Service Quality,dan Customer E-Satisfaction terhadap Customer E-Loyalty Pada pengguna Tokopedia di kota Padang

Telah disetujui skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan telah dinyatakan Lulus dalam ujian komprehensif pada hari senin, 16Agustus 2021.

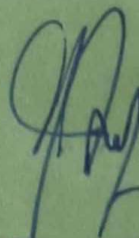
Pembimbing



Lindawati, S.E., M.Si

Disetujui Oleh

PLT Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Bung Hatta



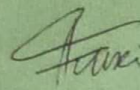
Dr. Hidayat, S.T., M.T., IPM

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Padang, Agustus 2021

**Penulis**



**FADHLI FIZAHARI**

**PENGARUH *WEBSITE SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER E-SARISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER E-LOYALTY WEBSITE* TOKOPEDIA DI KOTA PADANG**

**Oleh**

**Fadhli Fizahari**

**Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Bung Hatta Padang**

**E-mail:fadhlifizahari@gmail.com**

*Abstract*

*This study aims to prove and analyze the effect of service quality and customer satisfaction on customer e-loyalty in using the Tokopedia website in Padang City. In this study, several randomly selected respondents were used. The data used are primary data obtained from distributing questionnaires to respondents who meet the sampling criteria. The analytical method used to prove the truth of the hypothesis is multiple linear regression which is processed using the SPSS program. Based on the results of hypothesis testing, it was found that website service quality has a positive effect on customer e-loyalty using the Tokopedia website in doing online shopping, while customer e-satisfaction also has a positive effect on customer e-loyalty using the Tokopedia website in doing online shopping.*

*Keywords: Website Service Quality, Customer E-satisfaction & Customer E-Loyalty*

**PENGARUH *WEBSITE SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER E-SARISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER E-LOYALTY WEBSITE* TOKOPEDIA DI KOTA PADANG**

**Oleh**

**Fadhli Fizahari, Lindawati**  
**Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**  
**Universitas Bung Hatta Padang**  
**E-mail: fadhlifizahari@gmail.com, lindawati@bunghatta.ac.id**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh service quality dan customer satisfaction terhadap customer e-loyalty dalam menggunakan website Tokopedia di Kota Padang. Pada penelitian ini digunakan beberapa orang responden yang dipilih secara acak. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria pengambilan sampel. Metode analisis yang digunakan untuk membuktikan kebenaran hipotesis adalah regresi linear berganda yang diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa website service quality berpengaruh positif terhadap customer e-loyalty menggunakan website Tokopedia dalam melakukan belanja online, sedangkan customer e-satisfaction juga berpengaruh positif terhadap rhadap customer e-loyalty menggunakan website Tokopedia dalam melakukan belanja online

Kata Kunci: *Website Service Quality, Customer E-satisfaction & Customer E-Loyalty*

## DAFTAR ISI

<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Perumusan Masalah</b> .....	6
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	6
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	7
<b>BAB II</b> .....	8
<b>TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	8
<b>2.1 Loyalitas Pelanggan</b> .....	8
2.1.1 Definisi Loyalitas Pelanggan Pengguna <i>E-commerce (Customer a-Loyalty)</i> .....	8
2.1.2 Proses Terbentuknya Loyalitas.....	9
2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pengguna <i>E-Commerce (Customer e-Loyalty)</i> .....	10
<b>2.2 Website Service Quality</b> .....	12
2.2.1 Definisi Website Service Quality.....	12
2.2.2 Bentuk Bentuk Website Service Quality.....	13
<b>2.3 Kepuasan Konsumen Penggunaan E-commerce (Customer E-Satisfaction)</b> .....	15
2.3.1 Definisi Customer e-Satisfaction.....	15
2.3.3 Faktor Pendorong Terbentukannya Kepuasan Menggunakan Jasa <i>E-Commerce</i> .....	16
<b>2.4 Pengembangan Hipotesis</b> .....	18
2.4.1 Pengaruh Website Service Quality Terhadap Customer e-Loyalty	18
2.4.2 Pengaruh Customer e-Satisfaction Terhadap Customer e-Loyalty..	19
<b>2.5 Model Kerangka Konseptual</b> .....	21
<b>BAB III</b> .....	22
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	22
<b>3.1 Jenis Penelitian</b> .....	22
<b>3.2 Populasi dan Sampel</b> .....	22
3.2.1 Populasi.....	22

3.2.2	Sampel.....	22
3.2.3	Metode Pengambilan Sampel.....	23
<b>3.3</b>	<b>Jenis dan Sumber Data.....</b>	<b>24</b>
<b>3.4</b>	<b>Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>24</b>
<b>3.5</b>	<b>Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....</b>	<b>24</b>
3.5.1	Variabel Dependen.....	25
3.5.2	Variabel Independen.....	25
<b>3.6</b>	<b>Skala Pengukuran.....</b>	<b>27</b>
3.7.1	Uji Validitas.....	28
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	29
<b>3.8</b>	<b>Metode Analisis Data.....</b>	<b>29</b>
3.8.1	Uji Normalitas.....	29
3.8.2	Analisis Model Regresi Linear Berganda.....	30
<b>3.9</b>	<b>Pengujian Hipotesis (Uji t-statistik).....</b>	<b>30</b>
<b>BAB IV</b>	.....	<b>32</b>
<b>ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>32</b>
<b>4.1</b>	<b>Demografis Responden.....</b>	<b>32</b>
<b>4.2</b>	<b>Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....</b>	<b>36</b>
4.2.1	Hasil Pengujian Validitas <i>Customer e-Loyalty</i> .....	36
4.2.2	Hasil Pengujian Validitas <i>Customer e-Satisfaction</i> .....	38
<b>4.3</b>	<b>Hasil Pengujian Reliabilitas.....</b>	<b>39</b>
<b>4.4</b>	<b>Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....</b>	<b>40</b>
<b>4.5</b>	<b>Hasil Pengujian Hipotesis.....</b>	<b>42</b>
<b>4.6</b>	<b>Pembahasan.....</b>	<b>43</b>
4.6.1	Pengaruh Web service quality Terhadap Customer e-Loyalty.....	43
4.6.2	Pengaruh Customer e-satisfaction Terhadap Customer e-Loyalty..	44
<b>BAB V</b>	.....	<b>47</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>47</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan.....</b>	<b>47</b>
<b>5.2</b>	<b>Implikasi Penelitian.....</b>	<b>47</b>
<b>5.3</b>	<b>Keterbatasan Penelitian.....</b>	<b>48</b>
<b>5.4</b>	<b>Saran.....</b>	<b>49</b>