

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

(STUDI KASUS PADA PENGGUNA ZALORA DI KOTA PADANG)

SKRIPSI



RAYMOND AL VEBRINAN

1710011211089

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen*

Dosen Pembimbing : Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc

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

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Nama : Raymond Al Vebrinan
NPM : 1710011211089
Program Studi : Strata Satu (S1)
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Recovery Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction* Pada Pengguna Aplikasi Zalora (Studi Kasus Pada Pengguna Zalora Di Kota Padang)

Telah disetujui skripsi ini sesuai dengan prosedur, ketentuan, dan kelaziman yang berlaku dan telah dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada hari Jum'at, 11 Februari 2022.

Pembimbing Skripsi



Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc

Disetujui oleh

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta



Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raymond Al Vebrinan
NPM : 1710011211089
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

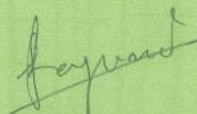
Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Recovery Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction* Pada Pengguna Zalora (Studi Kasus Pada Pengguna Zalora Di Kota Padang)” adalah benar hasil karya tulis saya sendiri yang disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan bagian tertentu yang saya peroleh dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Padang, ... Februari 2022

Penulis



RAYMOND AL VEBRINAN

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

APLIKASI ZALORA

(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Zalora Di Kota Padang)

Raymond Al Vebrinan¹, Purbo Jadmiko²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail : raymonalvebrinan@gmail.com, purbojadmiko@bunghatta.ac.id,

Abstrak.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bagaimana respon konsumen Zalora pada pengguna Zalora di Kota Padang, 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 dua faktor, *Expected Service* dan *Perceived Service*. 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 60 responden yang secara langsung pada pengguna aplikasi Zalora di Kota Padang. Penyebaran kusioner secara langsung digunakan untuk mengumpulkan data. Pengaruh antara faktor-faktor penentu dianalisis menggunakan SPSS !6.0. 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*.

Abstract.

This study aims to prove how Zalora consumers respond to Zalora users in Padang City, 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 two factors, Expected Service and Perceived Service. 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 60 respondents who directly contacted users of the Zalora application in the city of Padang. Direct questionnaire distribution was used to collect data. The influence between the determinants was analyzed using SPSS !6.0. 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

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PERNYATAAN	i
ABSTRAK	i
ABSTRACT	i
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GRAFIK	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 <i>E-Satisfaction</i>	14
2.1.1.1 Pengertian <i>E-Satisfaction</i>	14
2.1.1.2 Pentingnya <i>E-Satisfaction</i>	14
2.1.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>E-Satisfaction</i>	15
2.1.2 <i>E-Service Quality</i>	15
2.1.2.1 Pengertian <i>E-Service Quality</i>	15
2.1.2.2 Pentingnya <i>E-Service Quality</i>	17
2.1.3 <i>E-Recovery Service Quality</i>	16
2.1.3.1 Pengertian <i>E-Recovery Service Quality</i>	16
2.1.3.2 Pentingnya <i>E-Recovery Service Quality</i>	18

2.2 Pengembangan Hipotesis.....	18
2.2.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i>	18
2.2.2 Pengaruh <i>E-Recovery Service Quality</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i>	19
2.3 Kerangka Konseptual	19

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	21
3.2 Populasi dan Sampel	21
3.2.1 Populasi.....	21
3.2.2 Sampel.....	21
3.3 Teknik Pengumpulan Sampel	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data	22
3.5 Jenis dan Sumber Data	22
3.5.1 Jenis Data	22
3.5.2 Sumber Data	22
3.6 Defenisi Operasional Variabel.....	23
3.6.1 <i>E-Satisfaction</i> (Y).....	23
3.6.1.1 Indikator <i>E-Satisfaction</i>	23
3.6.2 <i>E-Service Quality</i> (X ₁).....	23
3.6.2.1 Indikator <i>E-Service Quality</i>	24
3.6.3 <i>E-Recovery Service Quality</i> (X ₂).....	24
3.6.3.1 Indikator <i>E-Recovery Service Quality</i>	24
3.7 Pengukuran Instrumen.....	25
3.8 Uji Instrumen Penelitian	25
3.8.1 Uji Validitas	25
3.8.2 Uji Reabilitas.....	26
3.9 Metode Analisis Data	26
3.9.1 Metode Analisis Deskriptif	26

3.9.2 Uji Asumsi Klasik	26
3.9.2.1 Uji Normalitas	27
3.10 Pengujian Hipotesis	27
3.10.1 Analisis Linear Berganda	27
3.10.2 Uji T	28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Responden	29
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Umur	29
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	30
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pendapatan.....	31
4.2 Pengujian Instrumen Penelitian	32
4.2.1 <i>E-Satisfaction</i>	33
4.2.2 <i>E-Service Quality</i>	34
4.2.3 <i>E-Recovery Service Quality</i>	35
4.3 Uji Reliabilitas	36
4.4 Analisis Deskriptif.....	37
4.4.1 <i>E-Satisfaction</i>	37
4.4.2 <i>E-Service Quality</i>	39
4.4.3 <i>E-Recovery Service Quality</i>	41
4.5 Uji Asumsi Klasik	42
4.5.1 Hasil Uji Normalitas	43
4.6 Analisis Regresi linear Berganda	43
4.7 Hasil Pengujian Uji T	46
4.8 Pembahasan	47
4.8.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	47
4.8.2 Pengaruh <i>E-Recovery Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	49

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	52
5.3 Keterbatasan Penelitian	53
DAFTAR PUSTAKA	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rata-rata kunjungan web bulanan kuartal III.....	4
Table 1.2 Top Brand Index Situs Jual Beli Online	6
Table 4.1 Profil Respon Berdasarkan Umur	29
Table 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 4.3 Profil Responden Pekerjaan	31
Tabel 4.4 Profil Responden Frekuensi Pendapatan	32
Tabel 4.5 Uji Validitas <i>E-Satisfaction</i>	33
Tabel 4.6 Uji Validitas <i>E-Service Quality</i>	34
Tabel 4.7 Uji Validitas <i>E-Recovery Service Quality</i>	35
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas.....	36
Tabel.4.9 Distribusi Frekuensi <i>E-Satisfaction</i>	38
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi <i>E-Service Quality</i>	39
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi <i>E-Recovery Service Quality</i>	41
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	43
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	44
Tabel 4.14 Hasil Uji T.....	46

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Rata-Rata Kunjungan Web Bulanan Kuartal III4

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Konseptual.....	20
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	57
Lampiran II Data Responden.....	62
Lampiran III Tabulasi Data	64
Lampiran IV Profil Responden.....	70
Lampiran V Uji Validitas	72
Lampiran VI Analisa Deskriptif	75
Lampiran VII Uji Asumsi Klasik dan Normalitas	83