PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN WEBSITE DESIGN TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *E-TRUST* SEBAGAI MEDIASI PADA PELANGGAN LAZADA DI KOTA PADANG

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

Oleh:

Sefridhina
1810011211196

Dosen Pembimbing
DAHLIANA KAMENER, BS., MBA.,Ph.D

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS BUNG HATTA

2022

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT beserta Nabi Muhammad SAW yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi dengan judul "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Bukalapak".

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan, dorongan, bimbingan dan doa dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu pula pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Tafdil Husni, S.E, MBA selaku Rektor Universitas Bung Hatta
2. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
3. Ibu Herawati, S.E., M.Si selaku wakil dekan jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
4. Ibu Lindawati, S.E., M.Si., selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
5. Ibu Dahliana Kamener, BS.,MBA.,Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberi bimbingan, arahan serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Bapak Purbo Jadmiko, S.E., M.Si selaku sekretaris jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

7. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

8. Ucapan terima kasih yang tiara tara untuk kedua orang tua penulis. Untuk Ayah Ermizar dan Ibu Kartini yang telah menjadi orang tua hebat sejagad raya, yang selalu memberi motivasi, nasehat, cinta, perhatian, kasih sayang serta doa yang tentu takkan biasa penulis balas.

9. Untuk saudara kandungku Doni wahyudi, Hendra, Leni novi susanti, Rendi Rahmadani dan kakak ipar, abang ipar dan ponakan penulis terima kasih atas segala perhatian, kasih sayang, dan motivasi serta doanya. Terima kasih banyak telah menjadi bagian motivator yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

10. Kekasih tersayang yang telah memberi semangat dan doa dalam penyusunan skripsi ini yaitu Ahmad Rizal Saefudin.

11. Terima kasih untuk teman-teman penulis Dita Febriami, Linuria Humin Ayatina, Sherly Pratama Delta atas segala kebersamaan dan waktu yang telah kalian berikan kepada penulis ini.

12. Terimakasih kepada diri sendiri yang telah semangat, berjuang dan tidak menyerah dalam proses penyusunan skripsi ini

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Nama : Sefridhina

Npm : 1810011211196

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh E-service Quality dan Website Design terhadap Customer Loyalty dengan E-trust sebagai mediasi pada pelanggan Lazada di Kota Padang

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari **Kamis, 23 Juli 2022**.

Disetujui oleh,

Pembimbing	Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta
Dahliana Kamener. B.S.,MBA.,Ph.D	Dr. Erni Febrina Harahap, SE.,M.Si

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN WEBSITE DESIGN TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *E-TRUST* SEBAGAI MEDIASI PADA PELANGGAN LAZADA DI KOTA PADANG

Sefridhina[1] Dahliana Kamener[2]
Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bunghatta
E-mail: sepri15dhina@gmail.com dahlianakamener@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *e-service quality* dan *Website Design* terhadap *customer loyalty* dimediasi oleh *e-trust* pada pelanggan Lazada di Kota Padang. Populasinya pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan Lazada di Kota Padang. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling***.** Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 80 responden. Pengolahan dan analisis data dilakukan dengan menggunakan SmartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* media tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty, Website Design* dan *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*, *e-service quality* dan *Website Design* berpengaruh signifikan terhadap *e-trust* dan *e-trust* berperan sebagai mediasi antara *e-service quality* dan *Website Design* dan terhadap *customer loyalty*.

Kata kunci: *E-Service Quality, Website Design, E-Trust, Customer loyalty*

Abstract

This study aims to examine and analyze the effect of e-service quality and website design on customer loyalty mediated by e-trust to Lazada customers in Padang City. The population in this study were Lazada customers in the city of Padang. The sampling method used was purposive sampling. Research data collection was carried out by distributing questionnaires to 150 respondents. Processing and data analysis was done using SmartPLS.

The results showed that e-service quality media had no significant effect on customer loyalty, website design and e-trust had a significant effect on customer loyalty, e-service quality and website design had a significant effect on e-trust and e-trust acted as mediation between e-service quality and website design and on customer loyalty.

Kata kunci: *E-Service Quality, Website Design, E-Trust, Customer Loyalty*

Daftar Isi

DAFTAR TABEL i

DAFTAR GAMBAR 2

BAB I ..... **Error! Bookmark not defined.**

PENDAHULUAN ..... **Error! Bookmark not defined.**

1.1 Pendahuluan ..... **Error! Bookmark not defined.**

1.2 Latar Belakang ..... **Error! Bookmark not defined.**

1.3 Rumusan Masalah ..... **Error! Bookmark not defined.**

1.4 Tujuan Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

1.5 Manfaat Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

1.6 Kesimpulan ..... **Error! Bookmark not defined.**

BAB II ..... **Error! Bookmark not defined.**

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.1 Pendahuluan ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.2 Grand Teory ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.2.1 *Customer loyalty* ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.2.2 *E Service Quality* ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.2.3 *Website Design* ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.2.4 *E-Trust* ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu Dan Pengembangan Hipotesis .. **Error! Bookmark not defined.**

2.3.1 Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *Customer loyalty*.... **Error! Bookmark not defined.**

2.3.2 Pengaruh Website Desian Terhadap *Customer loyalty*..... **Error! Bookmark not defined.**

2.3.3 Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-trust* ... **Error! Bookmark not defined.**

2.3.4 Pengaruh *Website Design* Terhadap *E-Trust*..... **Error! Bookmark not defined.**

2.3.5 Pengaruh *E-trust* Terhadap *Customer loyalty* ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.3.6 Pengaruh Antara *E-Service Quality* Terhadap *Customer loyalty* dimediasi *E-trust* ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.3.7 Pengaruh Antara *Website Design* Terhadap *Customer loyalty* dimediasi *E-Trust* ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.4 Kerangka Konseptual ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.5 Kesimpulan ..... **Error! Bookmark not defined.**

BAB III ..... **Error! Bookmark not defined.**

METODE PENELITIAN ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.1 Pendahuluan ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.2 Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.2.1 Populasi ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.2.2 Sampel ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.3 Metode Penarikan Sampel ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.4 Jenis Data dan Sumber Data ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.5 Sumber Data ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.5 Metode Pengumpulan Data ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.6 Definisi Operasional Variabel ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.6.1 Variabel Endogen ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.6.2 Variabel Eksogen ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.6.3 Variabel Mediasi ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.7 Skala Pengukuran Variabel ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.8 Metode Analisis Data ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.8.1 Analisis Deskriptif ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.8.2 *Structural Equation Model* (SEM) ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.8.3 Valuasi Model Pengukuran ..... **Error! Bookmark not defined.**
a. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*) ..... **Error! Bookmark not defined.**
b. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*) ..... **Error! Bookmark not defined.**
d. Evaluasi Model Struktural (*Structural Model / Inner Model*) ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.8.4 Uji Hipotesis (Boostraping) ..... **Error! Bookmark not defined.**
BAB IV ..... **Error! Bookmark not defined.**
HASIL DAN PEMBAHASAN ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.1 Deskriptif Responden ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.2 Analsis *Structural Equation Model (SEM)* ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.2.1 *Measurement Model Assessment* ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.2.1.1 *Convergent Validity* ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.2.1.1.1 *Customer loyalty* ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.2.1.1.2 *E-Service Quality* ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.2.1.1.3 *Website Design* ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.2.1.1.3 *E-Trust* ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.2.1.2 Diskriminan Validity ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.3 Analisis Deskriptif ..... **Error! Bookmark not defined.**

4.3.1 Deskriptif *Customer loyalty* ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.3.2 Deskriptif *E-Trust*..... **Error! Bookmark not defined.**
4.3.3 Deskriptif *E-Service Quality* ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.3.4 Variabel *Website Design*..... **Error! Bookmark not defined.**
4.4 Analisis Pengujian R^2..... **Error! Bookmark not defined.**
4.5 *Structural Model Assessment*..... **Error! Bookmark not defined.**
4.6 Pembahasan ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.6.1 Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *Customer loyalty*... **Error! Bookmark not defined.**
4.6.2 Pengaruh *Website Design* Terhadap *Customer loyalty*..... **Error! Bookmark not defined.**
4.6.3 Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Trust* .... **Error! Bookmark not defined.**
4.6.4 Pengaruh *Website Design* Terhadap *E-Trust*..... **Error! Bookmark not defined.**
4.6.5 Pengaruh *E-trust* Terhadap *Customer loyalty* ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.6.6 Peran *E-Trust* Memediasi Hubungan Antara *E-Service Quality* Terhadap *Customer loyalty* ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.6.7 Peran *E-Trust* Memediasi Hubungan Antara *Website Design* Terhadap *Customer loyalty* ..... **Error! Bookmark not defined.**
BAB V ..... **Error! Bookmark not defined.**
KESIMPULAN ..... **Error! Bookmark not defined.**
5.1 Kesimpulan..... **Error! Bookmark not defined.**
5.2 Implikasi Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**
5.3 Keterbatasan Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**
5.4 Saran..... **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR TABEL

1.1 Survey Awal *Customer loyalty* Lazada di Kota Padang 6

2.1 Penelitian Terdahulu 17

3.1 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR) 32

4.1 Prosedur Pengambilan Sampel 37

4.2 Karakteristik Responden 38

4.3 Hasil Pengujian Convergen Validity Variabel *Customer loyalty* 40

4.4 Hasil Pengujian Convergen Validity Variabel E-Service Quality 41

4.5 Hasil Pengujian Convergen Validity Variabel *Website Design* 42

4.6 Hasil Pengujian Convergen Validity Variabel E-Trust 43

4.7 Hasil Pengujian Discriminant Validity Fornell-Larcker Criterion 44

4.8 Hasil Penguijan Cross loading 44

4.9 Deskriptif Variabel *Customer loyalty* 46

4.10 Deskripsi Variabel E-Trust 47

4.11 Deskripsi Variabel E-Service Quality 48

4.12 Deskripsi Variabel *Website Design* 49

4.13 R-Square 51

4.14 Path Coefficients 53

4.15 Kesimpulan Pengujian Hipotesis 53

DAFTAR GAMBAR

1.1 Peta Persaingan E-Commerce di Indonesia 5
2.1 Kerangka Konseptual 23
4.1 Model Struktural 52
4.2 Model Mediasi 61