

**PENGARUH E-SERVICE *QUALITY*, E-CUSTOMER
SATISFACTION DAN BRAND TRUST TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY PADA PENGGUNA APLIKASI
MOBILE BUKALAPAK DI KOTA PADANG**



OLEH:
OKTA KURNIA ARZA
1810011211017

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

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
2022**

KATA PENGANTAR

بِسْمِ هَلَّا الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan terlebih dahulu kepada Allah SWT atas segala rahmat dan anugrah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan Tugas Akhir dengan judul **“Pengaruh E-Service Quality,E-Customer Satisfaction dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty Pada Pengguna Aplikasi Mobile Bukalapak di Kota Padang”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademis dalam rangka menempuh ujian sarjana dan untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta Padang.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua dan seluruh keluarga besar yang telah membantu penulis secara moril maupun materil. Dengan diiringi rasa hormat yang mendalam penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Terima kasih kepada Allah SWT yang telah menolong, mempermudah urusanku, mengabulkan semua Do’aku, sehingga bisa menjadi Sarjana Manajemen dan manusia berakal dengan menjadikan Al-Qur’an sebagai pedomanku.
2. Teristimewa untuk orang tuaku dan kakak ku. Mama yang selalu memberi semangat dan motivasi dalam menjalani semuanya. Mama yang telah melahirkan, membesarkan, merawat dan mendidikku dengan penuh keikhlasan, kasih sayang, dan kesabaran. Kakak yang selalu melindungi dan menguatkan dan memberikan nasehat ketika aku salah, terima kasih kakak atas nasehat nasehatnya yang menjadikanku lebih baik, sehingga aku bisa mewujudkan semua cita-cita dan impian menjadi seorang Sarjana Manajemen.

3. Ibu Dr. Erni Febriana Harahap, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
4. Ibu Herawati, S.E., M.Si., Ak. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
5. Ibu Lindawati, S.E, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta
6. Bapak Purbo Jadmiko, SE, M.Sc selaku pembimbing terimakasih atas semua ilmu yang bapak berikan kepada penulis, baik selama perkuliahan maupun selama proses bimbingan skripsi dengan meluangkan waktu bapak , sehingga terselesaikan skripsi ini.
7. Segenap dosen – dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu yang berharga untuk penulis dan para karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah memberikan bantuan dan kelancaran penyusunan skripsi ini.
8. *Thank you to one of the women who motivated me to finish this skripsi so you can see that I can face everything.*
- 9.Terimakasih kepada sahabat kuliah dari awal semester satu,Irvan Ath Thaariq,Novar Ardian Pratama, Nurul Hakiki, Salwa Ulaya Ilpa, Abdi Kurniawan, Azizah Srindini, Agung Febriandi dan sahabat-sahabat yang lainnya, terimakasih telah banyak membantu dalam membuat skripsi ini dan memberi semangat serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

10. Terimakasih teman-teman manajemen Angkatan 2018 (yang telah Bersama-sama dalam suka dan duka selama perkuliahan, semoga semua kita perbuat menjadi kenangan dan pengajaran dimasa yang akan datang).
11. Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak, demi kesempurnaan penulis pada masa yang akan datang. Semoga skripsi ini berguna bagi kita semua, terimakasih.

Padang , 28 Juli 2022

Penulis

Okta Kurnia Arza

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Nama : Okta Kurnia Arza

Npm : 1810011211017

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *E-Service Quality, E-Customer Satisfaction Dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty Pada Pengguna Aplikasi Mobile Bukalapak 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 **Senin, 25 Juli 2022.**

Disetujui oleh,

Pembimbing

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta

Purbo Jadmiko, SE.,M.Sc

Dr. Erni Feoripa Harahap, SE.,M.Si



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, 28 juli 2022
Penulis

Okta Kurnia Arza

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY,E-CUSTOMER SATISFACTION DAN BRAND
TRUST PADA PENGGUNA APLIKASI MOBILE BUKALAPAK DI
KOTA PADANG**

Okta Kurnia Arza¹, Purbo Jadmiko²

¹Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

²Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: oktakurniaazka@gmail.com.purbojadmiko@bunghatta.ac.id

Abstrak.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan volume pengguna aplikasi mobile di bukalapak. Populasi adalah masyarakat kota Padang yang menggunakan aplikasi mobile Bukalapak, dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan SmartPLS versi 3.3.3 meliputi: *Measurement Model Assessment*. Analisis Deskriptif, *R Square* dan *Structual Model Assessment*. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa *e-service quality* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty*, *e-customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* dan *brand trust* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty*

Kata Kunci : E-Service Quality, E-Customer Satisfaction, Brand Trust dan Customer Loyalty

Abstract.

The purpose of this research is to increase the volume of mobile in Bukalapak. The population is the people of the city of Padang who use the mobile , with a total sample of 80 respondents. The technique used in sampling is purposive sampling. The type of data used is primary data through questionnaires. Data analysis methods used in this study using SmartPLS version 3.3.3 include: Measurement Model Assessment. Descriptive Analysis, R Square and Structural Model Assessment. From the test results it can be concluded that e-service quality has no effect on customer loyalty, e-customer satisfaction has a positive loyalty and brand trust has no effect on customer loyalty

Keywords: E-Service Quality, E-Customer Satisfaction, Brand Trust and Customer Loyalty

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	I
PERNYATAAN	II
ABSTRAK	III
DAFTAR ISI.....	IV
DAFTAR TABEL	VII
DAFTAR GAMBAR	VIII
DAFTAR LAMPIRAN	IX
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>
1.2 Perumusan Masalah	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>
1.3 Tujuan Penelitian	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>
1.4 Manfaat Penelitian	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Literatur	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>
2.1.1.2 Loyalitas dan Siklus Pembelian	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>
2.1.1.3 Jenis Tahapan Loyalitas	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>
2.2 <i>E-Service Quality</i>	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>
2.3 <i>E-Customer Satisfaction</i>	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>
2.3.2 Dimensi <i>E-Customer Satisfaction</i>	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>
2.4 <i>Brand Trust</i>	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>
2.5 Pengembangan Hipotesis	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>
2.5.2 Pengaruh <i>e-customer satisfaction</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>
2.6 Kerangka Pemikiran	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>
3.2 Objek,Populasi dan Sample Penelitian	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>
3.2.1 Objek	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>
3.2.2 Populasi	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>
3.2.3 Variabel Independen (X)	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>
3.2.4 Sampel	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>
3.3 Jenis dan Sumber Data	<i>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</i>

3.4 Defenisi Operasional Variabel	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
3.4.1 <i>Customer Loyalty</i>	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
3.4.2 <i>E-Service Quality</i>	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
3.4.3 <i>E-Customer Satisfaction</i>	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
3.4.4 <i>Brand Trust</i>	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
3.5 Teknik Analisis Data	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
3.5.1 <i>Measurement Model Assessement</i>	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
3.5.2 Analisis Deskriptif	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
3.5.3 <i>R Square</i> dan <i>Q Square</i>	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
3.5.4 <i>Structural Model Assessement</i>	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
4.1.1 <i>Response Rate</i>	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
4.1.2 Profil Responden	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
4.1.2.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
4.1.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
4.1.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan akhir	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
4.1.2.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
4.2 <i>Measuremen Model Assessment</i> (MMA)	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
4.3 <i>Convergent Validity</i>	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
4.3.2 Uji <i>Cronbach's Alpha</i>	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
4.3.3 Uji <i>Composite Reliability</i>	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
4.4 <i>Discriminant Validity</i>	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
4.4.1 Uji <i>Fornell-Lacker Criterion</i>	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
4.5 Analisis Deskriptif	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
4.6 <i>R square</i>	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
4.6.2 Uji Hipotesis	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
4.7 Pembahasan	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
5.1 Kesimpulan	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.

BAB V PENUTUP

5.2 Implikasi Hasil Penelitian	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
5.3 Keterbatasan Penelitian	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.
5.4 Saran	Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.

DAFTAR PUSTAKA**Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.**

- LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN** *Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.*
- LAMPIRAN II TABULASI DATA** *Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.*
- LAMPIRAN III RESPONSE RATE** *Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.*
- LAMPIRAN IV PROFIL RESPONDEN** *Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.*
- LAMPIRAN V MEASUREMENT MODEL ASSESSMENT** *Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.*
- LAMPIRAN VI DESKRIPSI VARIABEL** *Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.*
- LAMPIRAN VIII STRUCTURAL MODEL ASSESSMENT** *Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.*

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>E-commerce</i> dengan Pengunjung Terbesar pada Kuartal I-IV Pada Tahun 20212	
Tabel 1.2 <i>E-commerce</i> Pengunjung Pada aplikasi Bukalapak Tahun 2020-2021.....	3
Tabel 3.1 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR).....	30
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i>	32
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	33
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir.....	34
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
Tabel 4.6 Hasil Uji <i>Outer Loading</i> (Awal).....	37
Tabel 4.7 Hasil Uji <i>Outer Loading</i> (Akhir).....	38
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i>	39
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	40
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	41
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Fornell-Lacker Criterion</i>	41
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Cross Loadings</i>	42
Tabel 4.13 Hasil Uji TCR.....	43
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>R square</i>	45
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Piramida Loyalitas.....	9
Gambar 4.1 Model Struktural (Awal).....	43
Gambar 4.2 Model Struktural (Akhir).....	44

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN.....	60
LAMPIRAN II TABULASI DATA.....	64
LAMPIRAN III RESPONSE RATE.....	67
LAMPIRAN IV PROFIL RESPONDEN.....	68
LAMPIRAN V MEASUREMENT MODEL ASSESSMENT.....	70
LAMPIRAN VI DESKRIPSI VARIABEL.....	75
LAMPIRAN VII Hasil Uji <i>R square</i>.....	78
LAMPIRAN VIII STRUCTURAL MODEL ASSESSMENT.....	79