

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER PERCEIVED VALUE*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA
(STUDI KASUS PELANGGAN DI JAKARTA)**

Oleh :

Nama : Maycel Claristha

NIM : 70200343

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat kelulusan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi Binsis Digital



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

FEBRUARI 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGESAHAN

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN CUSTOMER PERCEIVED
VALUE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA E-
COMMERCE TOKOPEDIA (STUDI KASUS PELANGGAN DI
JAKARTA)**

Diajukan Oleh

Nama : Maycel Claristha

Jakarta, 16 Februari 2024

Disetujui Oleh

Pembimbing

(Supriyanto, S.A.B., M.Si.)

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA 2024**



ABSTRAK

Maycel Claristha / 70200343 / 2024 / Pengaruh *E-Service Quality* dan *Customer Perceived Value* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *E-Commerce* Tokopedia (Studi Kasus Pelanggan Di Jakarta) / Dosen Pembimbing : Supriyanto, S.A.B., M.Si.

Tahun 2021 Tokopedia mendominasi dengan jumlah pengguna *e-commerce* terbanyak di Indonesia, namun pada tahun 2022-2023 Tokopedia mengalami penurunan jumlah pengguna. Tokopedia juga menghadapi tantangan lain terkait privasi dalam layanan elektronik yaitu kasus bocornya 91 juta data pelanggan Tokopedia pada Mei 2020, yang kemudian dijual oleh pihak tidak bertanggung jawab, memberikan dampak negatif pada reputasi bisnis Tokopedia. Keamanan data pelanggan menjadi isu serius, dan Tokopedia telah berusaha mengatasi masalah ini, memastikan memenuhi standar kualitas layanan elektronik. Meskipun begitu, masih terdapat berbagai kendala yang dialami pelanggan yang dapat dilihat melalui ulasan pada *google play store* ataupun *google my business*.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini merupakan *E-Service Quality*, *Customer Perceived Value*, dan Loyalitas Pelanggan. Variabel bebas (independent) terdiri dari *E-Service Quality* dan *Customer Perceived Value*. Untuk variabel terikat (dependen) adalah Loyalitas Pelanggan.

Penelitian ini fokus pada analisis pengguna *E-Commerce* Tokopedia di wilayah Jakarta. Metode yang diterapkan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada 110 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik komunikasi, sementara pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling*. Analisis data melibatkan uji validitas, uji reabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda yang mencakup uji F, uji t, dan koefisien determinasi.

Temuan dari uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi prasyarat, dengan residu yang terdistribusi secara normal, tanpa adanya heteroskedastisitas, dan tanpa keberadaan multikolinearitas. Analisis regresi berganda menunjukkan bahwa model regresi dapat diaplikasikan untuk memprediksi loyalitas pelanggan. Berdasarkan uji t, disimpulkan bahwa *E-Service Quality* dan *Customer Perceived Value* memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05, mengindikasikan bahwa hipotesis dapat diterima.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-Service Quality* dan *Customer Perceived Value* berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa: (1) *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di platform *E-Commerce* Tokopedia. (2) *Customer Perceived Value* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di platform *E-Commerce* Tokopedia.

Kata Kunci: *E-Service Quality*, *Customer Perceived Value*, Loyalitas Pelanggan



ABSTRACT

Maycel Claristha / 70200343 / 2024 / *The Influence of E-Service Quality and Customer Perceived Value on Customer Loyalty in Tokopedia E-Commerce (Case Study of Customers in Jakarta)* /Advisor: Supriyanto, S.A.B., M.Si.

In 2021 Tokopedia dominated with the highest number of e-commerce users in Indonesia, but in 2022-2023 Tokopedia experienced a decline in the number of users. Tokopedia also faces other challenges related to privacy in electronic services, namely the case of the leak of 91 million Tokopedia customer data in May 2020, which was then sold by irresponsible parties, having a negative impact on Tokopedia's business reputation. Customer data security is a serious issue, and Tokopedia has tried to overcome this problem, ensuring it meets electronic service quality standards. Even so, there are still various problems experienced by customers which can be seen through reviews on Google Play Store or Google My Business.

The theories used in this research are E-Service Quality, Customer Perceived Value, and Customer Loyalty. The independent variables consist of E-Service Quality and Customer Perceived Value. The dependent variable is Customer Loyalty.

The subjects under investigation in this study comprised individuals utilizing E-Commerce Tokopedia in Jakarta. Employing quantitative research methods, data was gathered through communication techniques, involving the distribution of questionnaires to 110 Tokopedia application users. Non-probability sampling was utilized as the sampling technique. The data analysis procedures incorporated in this study encompass validity and reliability tests, descriptive analysis, classical assumption testing, and multiple linear regression analysis (F test, t test, and coefficient of determination).

The outcomes of the classical assumption test indicate that the regression model satisfies the necessary assumptions, specifically that residuals exhibit a normal distribution, there is an absence of heteroscedasticity, and multicollinearity is not present. Multiple regression analysis results demonstrate the model's applicability in predicting customer loyalty, with the t test indicating that E-Service Quality and Customer Perceived Value hold significance levels below 0.05, thereby supporting the acceptance of the hypotheses.

The study's findings reveal that E-Service Quality and Customer Perceived Value exert a positive and noteworthy influence on Customer Loyalty. Consequently, it can be concluded that: (1) E-Service Quality positively and significantly impacts Customer Loyalty within the Tokopedia E-Commerce platform. (2) Customer Perceived Value also positively and significantly affects Customer Loyalty within the Tokopedia E-Commerce platform.

Keywords: E-Service Quality, Customer Perceived Value, Customer Loyalty



KATA PENGANTAR

Puji dan rasa syukur tak henti penulis panjatkan atas rahmat dan berkat oleh Tuhan Yang Maha Esa, karena atas izin-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *E-Service Quality* dan *Customer Perceived Value* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *E-Commerce* Tokopedia Studi Kasus Pelanggan Di Jakarta”**. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis program studi Ilmu Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kesempurnaan karena terbatasnya kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar karya tulis di masa mendatang dapat diperbaiki dan ditingkatkan.

Sebagai manusia biasa, tentunya penulis juga mengalami berbagai kendala dan kesulitan dalam proses penulisan, namun, dengan dukungan, panduan, dan kerjasama dari berbagai pihak, baik dalam aspek moral maupun materi, penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang besar kepada semua pihak yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, termasuk namun tidak terbatas kepada:

1. Dosen Pembimbing, Bapak Supriyanto, S.A.B., M.Si., yang dengan kesabaran, ketulusan, serta dedikasinya telah menghabiskan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk memberikan bimbingan, motivasi, arahan, serta saran-saran berharga kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.



2. Ibu Dr. Sylvia Sari Rosalina, S. Sos., M.Si. selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang selalu siap sedia dalam membantu segala kesulitan penulis selama masa perkuliahan.
3. Para dosen yang telah sabar dan giat dalam mengajar dan memberikan ilmunya dengan sabar dan tulus kepada penulis mulai dari masa awal hingga akhir perkuliahan.
4. Kedua orang tua, nenek, kakak, dan adik yang tak henti-hentinya memberikan do'a dan dukungan serta kasih sayang yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh staff dan karyawan di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis untuk menyediakan fasilitas yang dibutuhkan oleh penulis selama masa perkuliahan penulis dan semasa penulisan skripsi.
6. Teman terkasih dan seperjuangan saya yang senantiasa membantu, mendukung, dan mendengarkan keluh kesah penulis dalam menyusun skripsi ini: Aprillia Rosa Benedicta, Sharon De Gracia Martingo, Cindy Vanessa, Pinky Valencia, Elsa Marcella, Naca Bestarian, Marcelline Putri Lasmana, Christina Meilinda, Tavesha Marsheilla, Calvin Montella, Selia Permatasari, Bryan Francesco, Aldy Ngadiman, Boyke Thio.
7. Puci yang merupakan hamster peliharaan penulis, yang selalu menemani dan menghibur penulis dengan tingkahnya dan kelucuannya.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan berkat dan ganjaran yang berlipat kepada semua yang telah turut serta dalam membantu penulisan skripsi ini. Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat, terutama bagi diri penulis, dan

secara keseluruhan bagi pembaca..

Jakarta, 16 Februari 2024

Peneliti,



Maycel Claristha

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



DAFTAR ISI

Halaman

PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Batasan Masalah.....	12
1.4 Batasan Penelitian	12
1.5 Rumusan Masalah	13
1.6 Tujuan Penelitian.....	13
1.7 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II	15
KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teoritis	15
2.1.1 <i>E-Commerce</i>	15
2.1.2 <i>Customer Loyalty</i>	21
2.1.3 <i>E-Service Quality</i>	24
2.1.4 <i>Customer Perceived Value</i>	27
2.2 Hubungan <i>E-Service</i> , <i>Customer Perceived Value</i> , dan <i>Quality Customer Loyalty</i> 28	
2.2.1 <i>E-Service Quality – Customer Loyalty</i>	28
2.2.2 <i>Customer Perceived Value - Customer Loyalty</i>	29
2.2.3 <i>E-Service Quality – Customer Satisfaction – Customer Loyalty</i>	29
2.2.4 <i>Customer Perceived Value – Customer Satisfaction – Customer Loyalty</i>	30
2.3 Penelitian Terdahulu	30
2.4 Kerangka Pemikiran.....	33



2.5 Hipotesis.....	34
BAB III.....	36
METODE PENELITIAN.....	36
1. Objek Penelitian.....	36
2. Desain Penelitian.....	37
3. Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel.....	39
4. Lokasi Penelitian.....	39
5. Variabel Penelitian.....	40
3.5.1 Variabel Independen.....	40
3.5.2 Variabel Dependen.....	42
6. Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6.1 Jenis dan Sumber Data.....	43
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	43
7. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	44
3.7.1 Uji Validitas.....	44
3.7.2 Uji Reabilitas.....	44
3.7.3 Analisa Statistik Deskriptif.....	45
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	47
BAB IV.....	52
HASIL DAN ANALISIS PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	52
4.1.1 Sejarah Singkat Tokopedia.....	52
4.2 Analisis Data.....	54
4.2.1 Uji Validitas.....	54
4.2.2 Uji Reabilitas.....	56
4.3 Analisa Statistik Deskriptif.....	57
4.3.1 Rata-Rata Hitung.....	57
4.3.2 Analisis Presentase.....	58
4.3.3 Skala Likert.....	61
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	65
4.4.1 Uji Normalitas.....	65
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	66



4.4.3 Uji Multikolinearitas.....	67
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
4.6 Uji Hipotesis.....	69
4.6.1 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t).....	69
4.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	71
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (uji R ²)	72
4.8 Pembahasan.....	72
BAB V.....	77
SIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	85

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Ulasan Mengenai E-Service Quality Tokopedia pada Google Play Store.....	6
Tabel 1.2 Ulasan Mengenai Customer Perceived Value Tokopedia pada Google Play Store.....	8
Tabel 1.3 Ulasan Mengenai Loyalitas Pelanggan Tokopedia pada Google Play Store	11
Tabel 2.1 Indikator Customer Perceived Value	28
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Variabel E-Service Quality	40
Tabel 3.2 Variabel Customer Perceived Value.....	41
Tabel 3.3 Variabel Loyalitas Pelanggan	42
Tabel 4.1 Uji Validitas.....	54
Tabel 4.2 Uji Reabilitas	56
Tabel 4.3 Rata-Rata Hitung	57
Tabel 4.4 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.5 Presentase Responden Berdasarkan Umur.....	58
Tabel 4.6 Presentase Responden Berdasarkan Domisili	59
Tabel 4.7 Presentase Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	60
Tabel 4.8 Skala Likert E-Service Quality	61
Tabel 4.9 Customer Perceived Value.....	62
Tabel 4.10 Loyalitas Pelanggan.....	63
Tabel 4.11 Uji Normalitas.....	65
Tabel 4.12 Uji Glestjer untuk Pengujian Heteroskedastisitas	66
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4.15 Uji Signifikan Parameter Individual E-Service Quality	69
Tabel 4.16 Uji Signifikan Parameter Individual Customer Perceived Value	70
Tabel 4.17 Uji Simultan.....	71
Tabel 4.18 Uji Koefisien Determinasi	72



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 – Sampel Penelitian.....	85
Lampiran 2 – Data dan Alat atau Instrumen Penelitian.....	86
Lampiran 2A – Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 2B – Profil Responden Penelitian.....	93
Lampiran 2C – Hasil Kuesioner Variabel E-Service Quality (X1).....	95
Lampiran 2D – Hasil Kuesioner Variabel Customer Perceived Value (X2)	97
Lampiran 2E – Hasil Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	99
Lampiran 3 – Hasil Analisis dan Pengolahan Data	102
Lampiran 3A – Hasil Uji Validitas E-Service Quality (X1).....	102
Lampiran 3B – Hasil Uji Validitas Customer Perceived Value (X2)	103
Lampiran 3C – Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)	103
Lampiran 3D – Hasil Uji Reliabilitas	104
Lampiran 3E – Tabel Analisa Deskriptif Statistik.....	104
Lampiran 3F – Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Kuesioner Variabel E-Service Quality (X1).....	104
Lampiran 3G – Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Kuesioner Variabel Customer Perceived Value (X2)	106
Lampiran 3H – Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	107
Lampiran 3I – Hasil Uji Normalitas	109
Lampiran 3J – Hasil Uji Multikolinearitas, Regresi Linier Berganda, dan Uji t.....	109
Lampiran 3K – Hasil Uji Heteroskedastisitas	110
Lampiran 3L – Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	110
Lampiran 3M – Tabel t.....	111
Lampiran 3N – Tabel f.....	112
Lampiran 3O – Tabel r.....	112

© Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

f. Dilarang menjipt sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.