

**PERAN MEDIASI *E-SATISFACTION* PADA PENGARUH *E-SERVICE*
QUALITY DAN *E-TRUST* TERHADAP *E-LOYALTY* PENGGUNA
APLIKASI GOJEK DI PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Alfira Sholma Risqi

NIM : 19414919

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2023

**PERAN MEDIASI *E-SATISFACTION* PADA PENGARUH *E-SERVICE*
QUALITY DAN *E-TRUST* TERHADAP *E-LOYALTY* PENGGUNA
APLIKASI GOJEK DI PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Alfira Sholma Risqi

NIM : 19414919

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Peran Mediasi *E-Satisfaction* Pada Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap *E-Loyalty* Pengguna Aplikasi GOJEK Di Ponorogo
Nama : Alfira Sholma Risqi
NIM : 19414919
Tempat, tanggal lahir : Ponorogo, 19 Juni 2000
Program Studi : Manajemen


Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk menyusun skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 28 Juli 2023

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIDN. 0008057601

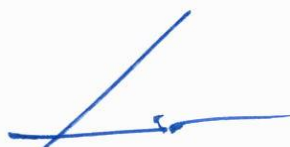

Dwi Warni Wahyuningsih, SE., MM.
NIDN.0710048902


Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji


(Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si)
NIDN. 0008057601


(Siti Chamidah, SE., M.Si)
NIDN. 0019057101


(Dra. Umi Farida, MM)
NIDN. 0710016101

RINGKASAN

Peran Mediasi *E-Satisfaction* Pada Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap *E-Loyalty* Pengguna Aplikasi GOJEK Di Ponorogo

Beberapa tahun terakhir bisnis pada media *digital* ini menjadi melejit dan *booming*. *E-Commerce* yang ada di Indonesia sangat banyak dengan menawarkan berbagai macam keunggulan dan kegunaannya. Salah satu *e-commerce* yang banyak digemari oleh masyarakat khususnya daerah perkotaan adalah Gojek. Tujuan dari penelitian ini yaitu guna mengetahui peran mediasi *E-Satisfaction* pada pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *E-Loyalty* pengguna Aplikasi GOJEK Di Ponorogo.

Sampel merupakan pelanggan Gojek di Kota Ponorogo dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan sampel sebanyak 100 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur dengan menggunakan program SPSS 25. Penelitian ini menghasilkan uji parsial (t) model 1 adalah sebagai berikut *E-Service Quality* (X1) = 0,002, dan *E-Trust* (X2) = 0,000 serta untuk uji parsial (t) model 2 adalah sebagai berikut *E-Service Quality* (X1) = 0,049, *E-Trust* (X2) = 0,046, dan *E-Satisfaction* (Z) = 0,000.

Kata Kunci : *E-Satisfaction*, *E-Service Quality*, *E-Trust*, *E-Loyalty*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga dapat terselesaikannya skripsi dengan judul “**Peran Mediasi E-Satisfaction Pada Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Pengguna Aplikasi GOJEK Di Ponorogo**” sebagai salah satu persyaratan akademis dalam rangka menyelesaikan program sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam skripsi ini dijabarkan analisa mengenai variabel *E-Service Quality* (X1), *E-Trust* (X2), *E-Satisfaction* (Z), dan *E-Loyalty* (Y). Sehingga nantinya dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan untuk peningkatan pada Aplikasi GOJEK di Ponorogo.

Keberhasilan skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu saya ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada ang terhormat :

1. Bapak Dr.Hadi Sumarsono, SE., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr.Hadi Sumarsono, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, bantuan dan koreksi serta saran hingga dapat terselesikannya skripsi ini.
3. Ibu Dwi Warni Wahyuningsih, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, bantuan dan koreksi serta saran hingga dapat terselesikannya skripsi ini.

4. Bapak dan ibu dosen serta karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang senantiasa memberikan saran dan membantu dalam segala kebutuhan administrasi.
5. Kedua orang tua saya yang saya hormati dan sayangi, yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil. Sangat besar harapan peneliti untuk bisa membanggakan dan membahagiakan beliau.
6. Seluruh rekan S1 Ekonomi Manajemen angkatan 2019 yang saling membantu dan mendoakan agar skripsi dapat diselesaikan dengan baik.

Semoga Allah SWT memberikan balasan pahala atas segala amal yang telah diberikan dan semoga skripsi ini berguna baik bagi diri saya sendiri maupun bagi pihak lain yang memanfaatkannya.

Ponorogo, 28 Juli 2023



Alfira Sholma Risqi
NIM. 19414919

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis disuatu institusi pendidikan dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 28 Juli 2023



Alfira Sholma Risqi
NIM. 19414919

MOTTO

“Ridha Allah adalah ridha orang tua”

“Percaya pada dirimu sendiri! Percayalah pada kemampuanmu! Tanpa kepercayaan diri yang rendah hati dan masuk akal terhadap kekuatan sendiri, kamu tidak akan berhasil atau bahagia”

-Norman Vincent Peale

“Jangan mengatakan tidak mungkin, tapi katakan bagaimana caranya”



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENULISAN	vi
MOTTO	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	11
1. Tujuan Penelitian.....	11
2. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Manajemen.....	11
2. Manajemen Pemasaran.....	14
3. Bauran Pemasaran	15
4. <i>E-Commerce</i>	18
5. Tahapan Keputusan Pembelian	19
6. <i>E-Loyalty</i>	24
7. <i>E- Satisfaction</i>	25
8. <i>E-Service Quality</i>	27
9. <i>E-Trust</i>	30
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Penelitian	34

D.	Hipotesis.....	35
BAB III		44
METODE PENELITIAN.....		44
A.	Ruang Lingkup Penelitian.....	44
B.	Populasi dan Sampel Penelitian	44
1.	Populasi Penelitian	44
2.	Sampel Penelitian.....	44
C.	Jenis Data	46
1.	Data Primer	46
2.	Data Sekunder	46
D.	Metode Pengambilan Data	47
1.	Observasi.....	47
2.	Wawancara.....	47
3.	Kuesioner.....	47
4.	Skala Pengukuran.....	48
E.	Definisi Operasional Variabel.....	49
F.	Metode Analisa Data.....	52
1.	Uji Instrumen.....	52
2.	Alat Analisis Data	54
3.	Analisis Jalur.....	55
4.	Uji Hipotesis.....	56
BAB IV		57
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		57
A.	Hasil Penelitian	57
1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	57
2.	Karakteristik Responden	58
3.	Deskripsi Variabel Penelitian.....	63
4.	Uji Instrumen.....	71
5.	Analisis Data	73
6.	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	78
7.	Uji Hipotesis.....	81
B.	Pembahasan	85

BAB V	96
KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	102



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	32
Tabel 2. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Umur	59
Tabel 4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 5. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan	61
Tabel 6. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Penggunaan.....	61
Tabel 7. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Fitur Yang Sering Digunakan	62
Tabel 8. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Media Yang Sering Digunakan	63
Tabel 9. Tanggapan Responden Terhadap E-Service Quality (X_1)	64
Tabel 10. Tanggapan Responden Terhadap E-Trust (X_2).....	67
Tabel 11. Tanggapan Responden Terhadap E-Satisfaction (Z).....	68
Tabel 12. Tanggapan Responden Terhadap E-Loyalty (Y).....	69
Tabel 13. Hasil Pengujian Validitas.....	71
Tabel 14. Hasil Uji Reliabilitas.....	72
Tabel 15. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Model I.....	74
Tabel 16. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Model II.....	75
Tabel 17. Koefisien Determinasi (R^2) Model I.....	77
Tabel 18. Koefisien Determinasi (R^2) Model II.....	78
Tabel 19. Nilai Koefisien Korelasi Antar Variabel.....	80
Tabel 20. Hasil Uji t Model I.....	81
Tabel 21. Hasil Uji t Model II.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Aplikasi Transportasi yang paling sering dipakai.....	4
Gambar 2. Model Perilaku Konsumen.....	22
Gambar 3. Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4. Kerangka Hasil Analisis Path.....	79
Gambar 5. Daerah Penolakan H01 dan Penerimaan Ha1	82
Gambar 6. Daerah Penolakan H02 dan Penerimaan Ha2	82
Gambar 7. Daerah Penolakan H03 dan Penerimaan Ha3	83
Gambar 8. Daerah Penolakan H04 dan Penerimaan Ha4	84
Gambar 9. Daerah Penolakan H05 dan Penerimaan Ha5	85



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	102
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	105
Lampiran 3. Identitas Responden.....	109
Lampiran 4. Karakteristik Responden	113
Lampiran 5. Jawaban Responden.....	115
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas	119
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas	122
Lampiran 8. Hasil Analisis Data	123
Lampiran 9. Hasil Uji Hipotesis	124
Lampiran 10. Distribusi Nilai r Tabel.....	125
Lampiran 11. Distribusi Nilai t Tabel.....	128
Lampiran 12. Berita Acara.....	130

