



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK,
KUALITAS INFORMASI, DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN**

SKRIPSI

AZRINA ZAHRA FABIANTI 2110111022

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2024**



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK,
KUALITAS INFORMASI, DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

AZRINA ZAHRA FABIANTI 2110111022

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Azrina Zahra Fabianti

NIM : 2110111022

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 4 Oktober 2024

Yang Menyatakan

A 5000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '5000', 'METRASI', and 'TEMPEL'. The signature is written in black ink over the stamp.

(Azzrina Zahra Fabianti)

PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Azrina Zahra Fabianti
NIM : 2110111022
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, Kualitas Informasi, dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 30 Desember 2024


METERAI TEMPEL
NO. BAKM14707230
(Azzrina Zahra Fabianti)

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK,
KUALITAS INFORMASI, DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN

Dipersiapkan dan disusun oleh :

AZRINA ZAHRA FABIANTI 2110111022

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 20 Desember 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Dr. Supriyono, MM
Ketua Penguji

Djenni Ruhjatini
Sholihah, SE, MM
Penguji I

Dr. Miguna Astuti, S.Si.,
M.M., MOS., CPM., CIRR
Penguji II

Dr. Juhaenah, S.E., MM
Dekan

Siti Hidayati, S.E., MM
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 20 Desember 2024

***The Influence of Electronic Service Quality, Information Quality, and Price on
Consumer Loyalty through Consumer Satisfaction***

By Azrina Zahra Fabianti

Abstract

Declining consumer loyalty is a major challenge in Indonesia's e-commerce industry, characterized by switching user preferences between platforms. Despite Shopee's user dominance, complaints related to e-service quality, information quality, and pricing indicate potential consumer dissatisfaction. This phenomenon is exacerbated by digital era consumers who tend to easily switch platforms or are now called zero consumers, one of which is zero loyalty. This study aims to analyze the effect of electronic service quality, information quality, and price on consumer loyalty, both directly and through customer satisfaction. The research uses quantitative methods with primary data collected from 163 Shopee users in the DKI Jakarta area. The sampling technique used purposive sampling method, with data collected through an online questionnaire using Google Form which was distributed via social media. The results showed that price has a significant effect on consumer loyalty, while information quality and electronic service quality have no direct effect on consumer loyalty. However, indirectly, e-service quality, information quality, and price affect customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: *E-Service Quality, Information Quality, Price, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, Kualitas Informasi, dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen

Oleh Azrina Zahra Fabianti

Abstrak

Penurunan loyalitas konsumen menjadi tantangan utama dalam industri e-commerce Indonesia, ditandai dengan peralihan preferensi pengguna antar platform. Meski Shopee memiliki dominasi pengguna, keluhan terkait kualitas layanan elektronik, kualitas informasi, dan harga menunjukkan potensi ketidakpuasan konsumen. Fenomena ini diperburuk oleh konsumen era digital cenderung mudah beralih ke *platform* atau kini disebut konsumen nol dimana salah satunya nol loyalitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan elektronik, kualitas informasi, dan harga terhadap loyalitas konsumen, baik secara langsung maupun melalui kepuasan konsumen. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan dari 163 pengguna Shopee di wilayah DKI Jakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, dengan data dikumpulkan melalui kuesioner online menggunakan Google Form yang disebarakan melalui media sosial. Data dianalisis menggunakan metode deskriptif dan inferensial dengan bantuan *software* SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, sementara kualitas informasi dan kualitas layanan elektronik tidak memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen. Namun, secara tidak langsung, kualitas layanan elektronik, kualitas informasi, dan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Layanan Elektronik, Kualitas Informasi, Harga, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

BERITA ACARA UJIAN



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.uprvj.ac.id> Email : puskom@uprvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Senin, tanggal 20 Desember 2004, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Azrina Zahra Fabianti

No. Pokok Mahasiswa : 2110111022

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :
**"PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK,
KUALITAS INFORMASI, DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN"**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Supriyono, SE,MM	Ketua	1.
2	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.	Anggota I	2.
3	Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM,CPM	Anggota II (**)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 20 Desember 2004
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprod. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Puji dan Syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya peneliti dapat menyusun skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, Kualitas Informasi, dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen”**. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam memberi bantuan dan dukungan pada penelitian ini. Pihak tersebut diantaranya yaitu:

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
2. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.1, MM selaku Ketua Jurusan S1 Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
3. Ibu Siti Hidayati, SE, MM, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan arahan yang bermanfaat bagi peneliti.
4. Ibu Dr. Miguna Astuti, S.Si., MM., MOS., CPM., CIRR., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah membantu memberikan arahan, masukan, nasihat, dan saran kepada peneliti dalam penyusunan penelitian ini.
5. Ibu Rosali, S.E., M.M selaku Dosen Akademik yang telah membimbing dan memberi arahan terkait akademik selama masa studi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajar dan mendidik peneliti selama perkuliahan.
7. Kedua orang tua dan saudara kandung yang telah memberikan dukungan dan doa kepada peneliti.
8. Seluruh rekan-rekan seperjuangan yang telah membantu dan memberikan saran terhadap penulisan penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, sehingga peneliti berharap mendapatkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar penelitian ini menjadi lebih baik. Peneliti juga berharap bahwa penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 22 Desember 2024

Azrina Zahra Fabianti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran Digital	12
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	13
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.4 Loyalitas Konsumen	15
2.1.5 Kepuasan Konsumen	17

2.1.6 Kualitas Layanan Elektronik	19
2.1.7 Kualitas Informasi	20
2.1.8 Harga.....	22
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	24
2.3 Model Penelitian.....	38
2.4 Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	43
3.1.1 Definisi Operasional	43
3.1.2 Pengukuran Variabel	44
3.2 Populasi dan Sampel	45
3.2.1 Populasi	45
3.2.2 Sampel	45
3.3 Teknik Pengumpulan Data	47
3.3.1 Jenis Data.....	47
3.3.2 Sumber Data	47
3.3.3 Pengumpulan Data.....	47
3.4 Teknik Analisis Data.....	49
3.4.1 Teknik Analisis Data Deskriptif	49
3.4.2 Teknik Analisis Data Inferensial	50
3.4.3 Uji Validitas.....	54
3.4.4 Uji Reliabilitas	55
3.4.5 Uji R-Square (Koefisien Determinasi / R^2)	55
3.4.6 Uji Q-Square (Relevansi Prediktif / Q^2)	56
3.4.7 Uji Hipotesis (Resampling Bootstrapping).....	56

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	61
4.2 Deskripsi Data Penelitian	64
4.3 Uji Hipotesis dan Analisis.....	69
4.3.1 Analisis Data Deskriptif	69
4.3.2 Analisis Data Inferensial.....	77
4.4 Pembahasan	95
4.4.1 Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Loyalitas Konsumen	95
4.4.2 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Loyalitas Konsumen	97
4.4.3 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen	99
4.4.4 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	100
4.4.5 Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	102
4.5.6 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	103
4.5.7 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	105
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	108
5.1 Simpulan	108
5.2 Keterbatasan Penelitian	110
5.3 Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112
RIWAYAT HIDUP	123
LAMPIRAN.....	124

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya	35
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	45
Tabel 3. Bobot Penilaian Berdasarkan Skala Likert	48
Tabel 4. Instrumen Penelitian	48
Tabel 5. Nilai Interpretasi Indeks Responden	70
Tabel 6. Nilai Indeks Variabel Loyalitas Konsumen	71
Tabel 7. Nilai Indeks Variabel Kepuasan Konsumen	72
Tabel 8. Nilai Indeks Variabel Kualitas Layanan Elektronik	73
Tabel 9. Nilai Indeks Variabel Kualitas Informasi	75
Tabel 10. Nilai Indeks Variabel Harga	76
Tabel 11. Hasil Loading Outer Factor.....	78
Tabel 12. Loading Factor Outer Model.....	80
Tabel 13. Average Variance Extracted (AVE)	81
Tabel 14. Cross Loading	82
Tabel 15. Composite Reliability	84
Tabel 16. Cronbach's Alpha	85
Tabel 17. R-Square.....	86
Tabel 18. Q-Square	87
Tabel 19. Hasil Nilai Uji T.....	89
Tabel 20. Hasil Indirect Effect	91
Tabel 21. Hasil F Square.....	93
Tabel 22. Hasil F Square.....	161

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Populasi dan Pengguna Internet.....	1
Gambar 2. Jumlah Rating Shopee dan Tokopedia	3
Gambar 3. Ulasan Shopee mengenai Kualitas Layanan Elektronik	5
Gambar 4. Ulasan Shopee mengenai Kualitas Informasi.....	6
Gambar 5. Ulasan Shopee mengenai Harga.....	7
Gambar 6. Model Penelitian	41
Gambar 7. Langkah-langkah PLS	51
Gambar 8. Model Struktural (Inner Model).....	51
Gambar 9. Model Pengukuran (Outer Model)	52
Gambar 10. Diagram Jalur	53
Gambar 11. Kategori Produk Pada Shopee.....	62
Gambar 12. Fitur dan Program Shopee.....	63
Gambar 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Gambar 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
Gambar 15. Rentang Usia Responden	66
Gambar 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	67
Gambar 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	68
Gambar 18. Outer Model	78
Gambar 19. Inner Model.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	124
Lampiran 2. Data Jawaban Responden	131
Lampiran 3. Karakteristik Data Responden	151
Lampiran 4. Hasil Deskripsi Data Penelitian	153
Lampiran 5. Hasil Output Outer Model Penelitian	155
Lampiran 6. Hasil Output Inner Model Penelitian	156
Lampiran 7. Hasil Output Model Penelitian	157
Lampiran 8. T Tabel	162
Lampiran 9. Bukti Sebar Kuesioner	163
Lampiran 10. Hasil Turnitin	166