



**ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *PRICE DISCOUNT*  
YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP  
*E-CUSTOMER SATISFACTION* TOKOPEDIA**

**SKRIPSI**

**MUHAMMAD YAZIRWAN ZEIN      2210111092**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2025**



**ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *PRICE DISCOUNT*  
YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP  
*E-CUSTOMER SATISFACTION* TOKOPEDIA**

**SKRIPSI**

**MUHAMMAD YAZIRWAN ZEIN      2210111092**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2025**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muhammad Yazirwan Zein

NIM : 2210111092

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

Jakarta, 23 Oktober 2025



(Muhammad Yazirwan Zein)

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta,  
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Yazirwan Zein  
NIM : 2210111092  
Fakultas : 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 *E-SERVICE QUALITY* DAN *PRICE DISCOUNT* YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *E- CUSTOMER SATISFACTION* TOKOPEDIA**

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 : 18 Desember 2025

Yang Menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a red circular meter stamp. The stamp contains the text 'METERAI TEMPEL' and 'KCCOANX081509663'. The signature is cursive and appears to read 'Muhammad Yazirwan Zein'.

Muhammad Yazirwan Zein

# LEMBAR PENGESAHAN

## SKRIPSI

### ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *PRICE DISCOUNT* YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *E-CUSTOMER SATISFACTION* TOKOPEDIA

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

MUHAMMAD YAZIRWAN ZEIN      2210111092

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 18 Desember 2025  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

  
Dr. Guntur Syahputra Saragih, M.S.M.  
Ketua Penguji

  
Dea Delia Lestari, ST., MM.  
Penguji I

  
Dra. Anastasia Bernadin Mardiatmi, MM, CPM  
Penguji II

  
Dr. Jubaedah, SE., MM.  
Dekan

  
Siti Hidayati, SE., MM.  
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 18 Desember 2025

**ANALYSIS OF THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY AND PRICE  
DISCOUNTS MEDIATED BY CUSTOMER EXPERIENCE ON TOKOPEDIA  
E-CUSTOMER SATISFACTION**

**By Muhammad Yazirwan Zein**

***Abstract***

*In recent years, e-commerce has grown rapidly and become a major driver of digital transformation in Indonesia. Popular platforms such as Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibli, and Bukalapak continue to compete, with Tokopedia previously leading at 147.79 million visitors before experiencing a decline in the following years. This decrease is influenced by various factors, including user complaints on Google Play Store related to automatic order cancellations and promotional offers considered less attractive than those of competitors. This study aims to enrich theoretical insights into factors influencing e-customer satisfaction, particularly e-service quality and price discount, by adding customer experience as a mediating variable. A total of 125 respondents from DKI Jakarta (excluding the Thousand Islands) were analyzed using SEM-PLS with SmartPLS 4. The results show that e-service quality (H1 accepted,  $p = 0.000$ ) and price discount (H2 accepted,  $p = 0.013$ ) have a positive and significant effect on e-customer satisfaction. E-service quality (H3 accepted,  $p = 0.029$ ) and price discount (H4 accepted,  $p = 0.002$ ) also significantly influence customer experience. However, customer experience (H5 rejected,  $p = 0.127$ ) does not affect e-customer satisfaction. Mediation analysis indicates that customer experience does not mediate the effects of e-service quality and price discount on e-customer satisfaction (H6 and H7 rejected,  $p > 0.05$ ).*

**Keywords:** : *E-Service Quality, Price Discount, Customer Experience, E-Customer Satisfaction, Tokopedia.*

**ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *PRICE DISCOUNT* YANG DIMEDIASI *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *E-CUSTOMER SATISFACTION* TOKOPEDIA**

**Oleh Muhammad Yazirwan Zein**

**Abstrak**

Perkembangan pesat E-commerce di Indonesia mendorong persaingan ketat antar platform seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibli, dan Bukalapak. Tokopedia yang sebelumnya menjadi platform terpopuler dengan 147,79 juta pengunjung mengalami penurunan kunjungan dalam beberapa tahun terakhir. Keluhan pengguna di Google Play Store, terutama terkait pembatalan pesanan otomatis serta promosi yang dianggap kurang menarik, turut memperkuat dinamika tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan pengaruh *e-service quality* dan *price discount* terhadap *e-customer satisfaction*, dengan *customer experience* sebagai variabel mediasi. Data diperoleh dari 125 responden di wilayah DKI Jakarta (kecuali Kepulauan Seribu) dan dianalisis menggunakan SEM-PLS melalui SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* (H1 diterima,  $p = 0.000$ ) dan *price discount* (H2 diterima,  $p = 0.013$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction*. *E-service quality* (H3 diterima,  $p = 0.029$ ) dan *price discount* (H4 diterima,  $p = 0.002$ ) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer experience*. Namun, *customer experience* (H5 ditolak,  $p = 0.127$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap *e-customer satisfaction*. Analisis mediasi menunjukkan bahwa *customer experience* tidak mampu memediasi pengaruh *e-service quality* maupun *price discount* terhadap *e-customer satisfaction* (H6 dan H7 ditolak,  $p > 0.05$ ). Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan *e-service quality* dan strategi *price discount* dapat meningkatkan *e-customer satisfaction* secara langsung, namun peran *customer experience* belum terbukti sebagai penghubung yang signifikan dalam konteks pengguna Tokopedia.

**Kata Kunci:** *E-Service Quality*, *Price Discount*, *Customer Experience*, *E-Customer Satisfaction*, *Tokopedia*.

# BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450  
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904  
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

## BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Kamis, tanggal 18 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Muhammad Yazirwan Zein  
NIM : 2210111092  
Program Studi : Manajemen S1  
Judul Tugas Akhir :

**Analisis Pengaruh E-Service Quality Dan Price Discount Yang Dimediasi Oleh Customer Experience Terhadap E-Customer Satisfaction Tokopedia**

Dinyatakan yang bersangkutan Lulus/~~Fidak Lulus~~/~~Sidang-Ulang~~\*, dengan Nilai Rata-Rata ..... dan Nilai Huruf .....

### Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Guntur Syahputra Saragih, M.S.M	Ketua	
2	Dea Delia Lestari, ST., MM.	Anggota I	
3	Dra. Anastasia Bernadin Dwi Mardiatmi, MM, CPM	Anggota II **)	

#### Keterangan:

\*) Coret yang tidak perlu  
\*\*) Dosen Pembimbing

#### Nilai dalam Skala

85 - 100 = A  
80 - 84.99 = A-  
75 - 79.99 = B+  
70 - 74.99 = B  
65 - 69.99 = B-  
60 - 64.99 = C+  
55 - 59.99 = C  
40 - 54.99 = D  
0 - 39.99 = E

Jakarta, 18 Desember 2025

Mengesahkan  
a.n. DEKAN  
Koordinator Prodi Manajemen S1

Siti Hidayati, SE, MM

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal penelitian ini dengan judul “**Analisis Pengaruh *E-Service Quality* dan *Price Discount* Yang Dimediasi Oleh *Customer Experience* Terhadap *E-Customer Satisfaction* Pada Tokopedia**”. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada Dra. Anastasia Bernadin Dwi Mardiatmi, MM selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan proposal penelitian ini. Keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan secara moril dan materiil selama proses masa perkuliahan. Ucapan terima kasih kepada orang-orang terdekat penulis yaitu Dhea, Rizki, Rafi, sahabat dan teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen Angkatan 2022, atas semangat dan kebersamaan yang terjalin.

Sebagai penutup, penulis ingin menyampaikan permohonan maaf apabila masih terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penulisan proposal penelitian ini. Penulis berharap semoga proposal penelitian ini dapat menjadi pedoman untuk penelitian-penelitian yang akan datang.

Jakarta, 23 Oktober 2025



Muhammad Yazirwan Zein

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI .....	viii
PRAKATA .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I        PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1        Latar Belakang .....	1
1.2        Rumusan Masalah.....	9
1.3        Tujuan Penelitian .....	9
1.4        Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II        TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1        Landasan Teori.....	11
2.1.1      Pemasaran .....	11
2.1.2      Perilaku Konsumen.....	12
2.1.3 <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	12
2.1.4 <i>E-Service Quality</i> .....	14
2.1.5 <i>Price Discount</i> .....	17
2.1.6 <i>Customer Experience</i> .....	20
2.2        Penelitian Terdahulu .....	22
2.3        Model Penelitian .....	37
2.4        Hipotesis.....	41
<b>BAB III      METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1        Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	42
3.1.1      Definisi Operasional .....	42
3.1.2      Pengukuran Variabel .....	43
3.2        Populasi dan Sampel .....	44

3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4	Teknik Analisis Data.....	48
3.4.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	49
3.4.2	Analisis Statistik Inferensial.....	50
<b>BAB VI</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.2	Hasil Pre-Test.....	60
4.2.1	Content Validity .....	60
4.2.2	Uji Construct Validity .....	61
4.3	Deskripsi Data Penelitian.....	62
4.3.1	Deskripsi Data Responden.....	62
4.3.2	Analisis Data Deskriptif.....	65
4.4	Analisis Data Inferensial.....	71
4.4.1	Evaluasi <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	71
4.4.2	Evaluasi <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	79
4.5	Uji Hipotesis dan Analisis.....	86
4.5.1	Uji Pengaruh Langsung ( <i>Direct Effect</i> ).....	92
4.5.2	Uji Mediasi ( <i>Indirect Effect</i> ).....	86
4.5.3	Uji Mediasi Variance Accounted For (VAF).....	91
4.6	Pembahasan.....	93
4.6.1	<i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	93
4.6.2	<i>Price Discount</i> Terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	94
4.6.3	<i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Experience</i> .....	95
4.6.4	<i>Price Discount</i> Terhadap <i>Customer Experience</i> .....	97
4.6.5	<i>Customer Experience</i> Terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	98
4.6.6	<i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> Melalui <i>Customer Experience</i> .....	99
4.7.7	<i>Price Discount</i> Terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> Melalui <i>Customer Experience</i> .....	100
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>101</b>
5.1	Simpulan .....	101
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	103
5.3	Saran.....	103
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>107</b>

<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>112</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Content Validity Kuesioner .....	60
Tabel 2 Uji Construct Validity Kuesioner .....	61
Tabel 3 Data Deskriptif E-Customer Satisfaction.....	66
Tabel 4 Data Deskriptif Variabel E-Customer Satisfaction.....	67
Tabel 5 Data Deskriptif Variabel Price Discount .....	68
Tabel 6 Data Deskriptif Variabel Customer Experience.....	69
Tabel 7 Nilai Outer Loading Indikator.....	72
Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas .....	74
Tabel 9 Nilai AVE .....	75
Tabel 10 Nilai Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) .....	76
Tabel 11 Hasil Fornell Lacker Criterion .....	77
Tabel 12 Hasil Cross Loadings .....	77
Tabel 13 Nilai Inner-VIF .....	80
Tabel 14 Hasil Uji R Square .....	81
Tabel 15 Hasil Uji F Square.....	82
Tabel 16 Nilai SRMR .....	84
Tabel 17 Nilai Q Square predict dari Prosedur PLS predict .....	85
Tabel 18 Perbandingan RMSE dan MAE dengan LM dan IA.....	85
Tabel 19 Uji Hipotesis Langsung (Direct Effect) .....	92
Tabel 20 Menafsirkan Bukti Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi).....	87
Tabel 21 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect) .....	87
Tabel 22 Perhitungan Effect Size Mediasi (Upsilon $v^2$ ) .....	88
Tabel 23 Perhitungan Nilai Variance Accounted For (VAF) .....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pertumbuhan Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia .....	2
Gambar 2 Jumlah Pengunjung Situs E-Commerce di Indonesia .....	4
Gambar 3 Keluhan Pengguna Tokopedia .....	5
Gambar 4 Keluhan Pengguna Tokopedia .....	6
Gambar 5 Model Penelitian .....	38
Gambar 6 Outer Model .....	51
Gambar 7 Inner Model .....	53
Gambar 8 Prosedur Analisis Mediasi.....	56
Gambar 9 Logo Tokopedia .....	59
Gambar 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Gambar 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	64
Gambar 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	65
Gambar 13 Hasil Outer Model.....	71
Gambar 14 Hasil Inner Model.....	79

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Penelitian Terdahulu.....	112
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	117
Lampiran 3 Data Kuesioner 125 Responden .....	123
Lampiran 4 Deskripsi Data Responden .....	135
Lampiran 5 Hasil Pre-Test .....	136
Lampiran 6 Hasil Indeks Three Box Method.....	138
Lampiran 7 Path Model SEM-PLS .....	140
Lampiran 8 Output Analisis Data SmartPLS 4.....	141
Lampiran 9 Ulasan Pengguna Tokopedia .....	147