



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST*, DAN
E-WOM TERHADAP *E-CUSTOMER SATISFACTION*
PADA *E-COMMERCE***

SKRIPSI

MEIVITA TARADEYI 2210111156

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

2025



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST*, DAN
E-WOM TERHADAP *E-CUSTOMER SATISFACTION*
PADA *E-COMMERCE***

SKRIPSI

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

MEIVITA TARADEYI 2210111156

**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 : Meivita Taradevi

NIM. : 2210111156

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

Jakarta, 13 Oktober 2025

Yang menyatakan,



Meivita Taradevi

FORMULIR PERSETUJUAN

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Meivita Taradeyi
NIM : 2210111156
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 Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh *E-Service Quality*, *E-Trust*, *E-WOM*, terhadap *E-Customer Satisfaction* pada *E-commerce*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/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 : 17 Januari 2026

Yang menyatakan



(Meivita Taradeyi)

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST*, DAN *E-WOM*
TERHADAP *E-CUSTOMER SATISFACTION*
PADA *E-COMMERCE***

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MEIVITA TARADEYI 2210111156

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 16 Desember 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP
Ketua Penguji



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



Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Dekan



Dr. Alfatih S. Manggabarani, S.E., M.Si.
Penguji II



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

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 16 Desember 2025

***THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY, E-TRUST, AND E-WOM ON
CUSTOMER SATISFACTION IN E-COMMERCE***

By Meivita Taradeyi

ABSTRACT

This study aims to identify, analyze, and verify the influence of e-service quality, e-trust, and e-WOM on e-customer satisfaction in e-commerce. The population of this research consist of active e-commerce users located in the greater Jakarta area (Jabodetabek) who have made purchases through e-commerce platforms, with a total sample of 154 respondents aged 18 years and above, selected using a purposive sampling method. This research applies a quantitative approach and utilizes SmartPLS 4.0 software for data processing. The result indicates that: (1) E-Service Quality has significant effect on e-customer satisfaction, (2) E-Trust has a significant effect on E-Customer Satisfaction, and (3) e-WOM has a significant effect on E-Customer Satisfaction.

Keywords: *E-Service Quality, E-Trust, E-WOM, E-Customer Satisfaction, E-Commerce*

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST*, DAN *E-WOM* TERHADAP
E-CUSTOMER SATISFACTION PADA *E-COMMERCE***

Oleh Meivita Taradeyi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan pengaruh *e-service quality*, *e-trust*, dan *e-WOM* terhadap *e-customer satisfaction* pada *e-commerce*. Populasi yang menjadi fokus penelitian ini terdiri dari pengguna aktif *e-commerce* yang beraktivitas di sekitar Jabodetabek dan telah melakukan pembelian melalui *e-commerce* dengan jumlah sampel sebanyak 154 responden yang berusia 18 tahun keatas, menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan memanfaatkan software SmartPLS 4.0 untuk mengolah data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *E-Customer Satisfaction*, (2) *E-Trust* berpengaruh signifikan terhadap *E-Customer Satisfaction*, serta (3) *E-WOM* berpengaruh signifikan terhadap *E-Customer Satisfaction*

Kata Kunci: *E-Service Quality*, *E-Trust*, *E-WOM*, *E-Customer Satisfaction*, *E-Commerce*

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, Selasa, tanggal 16 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas

Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Meivita Taradeyi

NIM : 2210111156

Program Studi : Manajemen S1

Judul Tugas Akhir :

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY, E-TRUST, DAN E-WOM TERHADAP
E-CUSTOMER SATISFACTION PADA E-COMMERCE**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus/Sidang Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata
dan Nilai Huruf

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM, CFMP	Ketua	
2	Dr. Guntur Saragih, M.S.M	Anggota I	
3	Dr. Alfatih Manggabarani, S.E., M.Si	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, 16 Desember 2025

Mengesahkan
a.n. DEKAN
Koordinator Prodi Manajemen S1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Segala puji penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat-Nya sehingga skripsi penelitian “**Pengaruh *E-Service Quality, E-Trust, E-WOM*, terhadap *E-Customer Satisfaction* pada *E-commerce*” yang dapat disusun sampai dengan selesai, ini menjadi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam menyusun skripsi ini, di antaranya sebagai berikut:**

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
2. Ibu Dr. Dewi Cahyani Pangestuti, SE., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
3. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Ibu Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kedua orang tua dan keluarga, yang selalu memberi dukungan, doa, dan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi
6. Kekasih tercinta, yaitu Pradanajati yang selalu memberikan dukungan, doa, dan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman penulis, terutama Neysa, Zalya, Rafilah, dan Lilu yang memberikan dukungan, doa, dan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna serta terdapat kekurangan sehingga penulis sangat terbuka akan saran dan kritik dari pembaca. Penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini. Penulis berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 5 Desember 2025

Meivita Taradeyi

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
FORMULIR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK.....	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	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 Hasil Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 <i>Digital Marketing</i> (Pemasaran Digital).....	12
2.1.3 Perilaku Konsumen	13
2.1.4 <i>E-Customer Satisfaction</i>	14
2.1.5 <i>E-Service Quality</i>	16
2.1.6 <i>E-Trust</i>	18
2.1.7 E-WOM.....	19
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	21
2.3 Model Penelitian	33
2.3.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> ..	33
2.3.2 Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	33
2.3.3 Pengaruh E-WOM terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	33
2.4 Hipotesis.....	34

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	36
3.1.1	Definisi Operasional.....	36
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	37
3.2	Populasi dan Sampel	38
3.2.1	Populasi.....	38
3.2.2	Sampel.....	38
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.3.1	Jenis Data	39
3.3.2	Sumber Data.....	40
3.3.3	Pengumpulan Data	40
3.4	Teknik Analisis Data.....	42
3.4.1	Pre-test.....	42
3.4.2	Analisis Deskriptif	43
3.4.3	Analisis Inferensial.....	44
3.4.4	Uji Hipotesis (<i>Resampling Bootstrapping</i>).....	50
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	53
4.1.1	Shopee	53
4.1.2	Tokopedia.....	54
4.1.3	Lazada	55
4.2	Hasil Pre-test	56
4.3	Deskripsi Data Penelitian.....	58
4.3.1	Deskripsi Data Responden	58
4.3.2	Analisis Data Deskriptif.....	60
4.4	Analisis Data Inferensial	65
4.4.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	65
4.4.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	71
4.4.3	Uji Hipotesis (<i>Resampling Bootstrapping</i>).....	73
4.5	Pembahasan.....	75
4.5.1	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> ..	75
4.5.2	Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	77
4.5.3	Pengaruh <i>E-WOM</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	78

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1	Simpulan	81
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	82
5.3	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA		84
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya.....	28
Tabel 2. Pengukuran Variabel	37
Tabel 3. Instrumen Skala Likert.....	41
Tabel 4. Kisi-kisi Pernyataan dalam Kuesioner Penelitian	41
Tabel 5. Interpretasi Nilai Indeks	44
Tabel 6. Kriteria Uji Validitas.....	48
Tabel 7. Kriteria Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 8. Tingkat R Square.....	49
Tabel 9. Kriteria Uji Q ²	50
Tabel 10. Kriteria Uji Hipotesis	52
Tabel 11. Hasil Content Validity	56
Tabel 12. Hasil Construct Validity.....	57
Tabel 13. Karakteristik Responden	58
Tabel 14. Hasil Analisis Deskriptif <i>E-Customer Satisfaction</i>	60
Tabel 15. Hasil Analisis Deskriptif <i>E-Service Quality</i>	62
Tabel 16. Hasil Analisis Deskriptif <i>E-Trust</i>	63
Tabel 17. Hasil Analisis Deskriptif E-WOM.....	64
Tabel 18. Hasil Analisis <i>Loading Factor</i>	67
Tabel 19. Hasil Nilai AVE (<i>Average Variance Extracted</i>).....	68
Tabel 20. Hasil Nilai <i>Cross Loading</i>	69
Tabel 21. Hasil Nilai Heterotrait-monotrait (HTMT).....	70
Tabel 22. Hasil Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 23. Hasil Uji R-Square.....	72
Tabel 24. Hasil Uji Q-Square.....	73
Tabel 25. Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proyeksi Jumlah Pengguna <i>E-Commerce</i> Indonesia.....	2
Gambar 2. Pertumbuhan Nilai Ekonomi Indonesia.....	3
Gambar 3. <i>E-commerce</i> yang diakses di Indonesia	4
Gambar 4. Kendala Konsumen dalam Belanja <i>Online</i>	5
Gambar 6. Keluhan Pengguna <i>E-Commerce</i> di Sosial Media	6
Gambar 7. Model Penelitian.....	34
Gambar 8. Langkah-Langkah PLS	45
Gambar 9. <i>Inner Model</i>	46
Gambar 10. <i>Outer Model</i>	46
Gambar 11. Diagram Jalur.....	47
Gambar 12. Logo Shopee	53
Gambar 13. Logo Tokopedia.....	54
Gambar 14. Logo Lazada	55
Gambar 15. Hasil <i>Outer Model</i>	66
Gambar 16. Hasil <i>Inner Model</i>	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Kuesioner 154 Responden

Lampiran 3. Nilai T-tabel

Lampiran 4. Deskripsi Data Responden

Lampiran 5. Analisis Data Deskriptif

Lampiran 6. Lembar Persetujuan Judul

Lampiran 7. Hasil Turnitin

Lampiran 8. Kartu Monitoring