

ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *CUSTOMER SATISFACTION*, *SWITCHING BARRIER* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY MOBILE TELEPHONY* PADA TOKOPEDIA SURABAYA



OLEH:

JESSICA ARDELIA
3103013063

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2017

HALAMAN JUDUL

ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *CUSTOMER SATISFACTION*, *SWITCHING BARRIER* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY MOBILE TELEPHONY* PADA TOKOPEDIA SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Oleh:
JESSICA ARDELIA
3103013063

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH E-SERVICE QUALITY, CUSTOMER SATISFACTION, SWITCHING BARRIER TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MOBILE TELEPHONY PADA TOKOPEDIA SURABAYA

Oleh:
JESSICA ARDELIA
3103013063

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM.
Tanggal: 03 Februari 2017

Pembimbing II,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.
Tanggal: 14 Februari 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Jessica Ardella NRP 3103013063, Telah diuji pada tanggal 10 Mei 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:




Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM

NIK. 311.92.0183

Mengetahui:



Dekan
Dr. Lodovikus Lasdi, MM., Ak., CA.
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,

Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc.
NIK. 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : JESSICA ARDELIA

NRP : 3103013063

Judul Skripsi : *ANALISIS PENGARUH E-SERVICE QUALITY, CUSTOMER SATISFACTION, SWITCHING BARRIER TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MOBILE TELEPHONY PADA TOKOPEDIA SURABAYA*

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 Mei 2017

Yang menyatakan,



JESSICA ARDELIA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul *Analisis Pengaruh E-Service Quality, Customer Satisfaction, Switching Barrier Terhadap Customer Loyalty Mobile Telephony Pada Tokopedia Surabaya* ini dengan baik.

Penulis sangat bersyukur karena telah mendapat banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat selesai dengan baik untuk memenuhi syarat kelulusan Fakultas Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Dominicus Wahyu Pradana., SE., MM, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Bapak Drs. Julius F Nagel,S.TH,MM, selaku dosen wali yang membimbing dan memberi arahan dalam menimba ilmu.
7. Kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan banyak dukungan, doa, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang saya tempuh.
8. Kepada saudara saya yang telah memberikan arahan dukungan, doa, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kepada seluruh teman-teman angkatan 2013 Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, terima kasih atas semangat, bantuan, saran, dan doanya.

Penulis berharap semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

Surabaya, Mei 2017

JESSICA ARDELIA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi.....	13
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	15

2.2. Landasan Teori.....	17
2.2.1 <i>E-Service Quality</i>	17
2.2.2 <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.2.3 <i>Switching Barrier</i>	19
2.2.4 <i>Customer Loyalty</i>	22
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	25
2.3.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	25
2.3.2 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	27
2.3.3 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	29
2.3.4 Pengaruh <i>Switching Barrier</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	29
2.4. Model Penelitian.....	31
2.5. Hipotesis.....	32

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian	33
3.2. Identifikasi Variabel, Desain Operasional Variabel dan pengukuran Variabel.....	33
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	33
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.2.3 Pengukuran Variabel.....	37
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	37

3.4. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	38
3.5. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.6. Teknik dan Analisis Data.....	39
3.6.1 Uji Normalitas Data.....	39
3.6.2 Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	40
3.6.3 Uji Kecocokan Model Struktural.....	41
3.6.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	41
3.6.5 Uji Hipotesis.....	43

BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden.....	44
4.1.1 Jenis Kelamin.....	44
4.1.2 Usia.....	45
4.1.3 Domisili.....	45
4.1.4 Pekerjaan.....	46
4.1.5 Penghasilan.....	47
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	47
4.2.1 <i>E-Service Quality</i>	48
4.2.2 <i>Customer Satisfaction</i>	52
4.2.3 <i>Switching Barrier</i>	53
4.2.4 <i>Customer Loyalty</i>	54
4.3. Uji Asumsi SEM.....	55
4.3.1 Uji Normalitas.....	55

4.4. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
4.5. Pengujian Model Struktural.....	59
4.6. Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	62
4.7. Uji Hipotesis.....	63
4.8. Pembahasan.....	65
4.8.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	65
4.8.2 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	66
4.8.3 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	68
4.8.4 Pengaruh <i>Switching Barrier</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	69
4.8.5 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i> Sebagai Variabel Mediasi.....	70

BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan.....	71
5.2. Saran.....	71
5.2.1 Saran Akademik.....	71
5.2.2 Saran Praktis.....	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. <i>Online Shoppers Via Mobile Device</i>	2
Tabel 1.2. Kepuasan Pelanggan Kategori Toko <i>Online</i> Tahun 2015	5
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Saat Ini	16
Tabel 4.1. Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2. Usia	45
Tabel 4.3. Domisili	46
Tabel 4.4. Pekerjaan	46
Tabel 4.5. Penghasilan	47
Tabel 4.6. Interval Rata-Rata Skor	48
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>E-Service Quality (Reliability)</i>	48
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>E-Service Quality (Responsiveness)</i>	49
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>E-Service Quality (Ease of Use)</i>	50
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Variabel <i>E-Service Quality (Security)</i>	51
Tabel 4.11. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	52
Tabel 4.12. Statistik Deskriptif Variabel <i>Switching Barrier</i>	53
Tabel 4.13. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	54
Tabel 4.14. Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	55

Tabel 4.15. Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	56
Tabel 4.16. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58
Tabel 4.17. Hasil Uji <i>Direct Effect</i> dan <i>Indirect Effect</i>	60
Tabel 4.18. Ikhtisar <i>Goodnes of Fit</i>	62
Tabel 4.19. Pengujian Hipotesis.....	64
Tabel 4.20. Konsumen yang klaim atau mengeluh di <i>e-commerce</i> bulan Juni 2015.....	67
Tabel 4.21. Situs jual beli terpopuler di Indonesia.....	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Grafik Data Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar1.2. Akses ke Tokopedia.....	3
Gambar1.3. <i>Review</i> Pengguna <i>Mobile Application</i> Tokopedia.....	6
Gambar1.4. Minat Perpindahan Konsumen Pada Situs <i>E-Commerce</i>	7
Gambar1.5. <i>Switching In/Out</i> Situs <i>E-Commerce</i>	8
Gambar 2.1. Piramida Loyalitas	25
Gambar 2.2. Model Penelitian.....	31
Gambar4.1. Pengujian Model Struktural.....	59
Gambar4.2. <i>Path</i> Diagram Persamaan Struktural <i>T-Value</i>	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Hasil Rekapitulasi Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Validitas
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Output *Univariate Normality* Dan *Multivariate Normality*
- Lampiran 8. SEM
- Lampiran 9. Hasil *Output Estimates* SEM
- Lampiran 10. Hasil *T-Values* SEM
- Lampiran 11. Hasil *Standardized Solution* SEM

ABSTRAK

Pada proses terjadinya pembelian secara *online*, *e-service quality*, *customer satisfaction*, dan *switching barrier* merupakan hal yang penting dalam terbentuknya *customer loyalty* di sebuah situs *website*. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh *e-service quality*, *customer satisfaction*, *switching barrier* terhadap *customer loyalty* pada Tokopedia di Surabaya. Sampel yang digunakan berjumlah 175 orang responden yang pernah mengunjungi *website* Tokopedia menggunakan *mobile telephony*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah *structural equation model* (SEM), dengan program LISREL 8.70. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* berpengaruh negatif terhadap *customer loyalty*, *e-service quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty*, dan *switching barrier* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty*. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh negatif terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*.

Kata Kunci: *e-service quality*, *customer satisfaction*, *switching barrier*, *customer loyalty*, *mobile telephony*

ABSTRACT

In the process of online purchasing, e-service quality, customer satisfaction, and switching barrier are important for making customer loyalty throughout the website. The purpose of this research is to examine and analyze the influence from e-service quality, customer satisfaction, switching barrier against customer loyalty at Tokopedia in Surabaya. The sample was taken to 175 respondents who had visited website Tokopedia using mobile telephony. The data were collected using questionnaire method. The analysis technique used is structural equation model (SEM) with program LISREL 8.70. These result indicate that e-service quality influential positive towards the customer satisfaction, customer satisfaction influential negative towards the customer loyalty, e-service quality influential positive towards the customer loyalty, and switching barrier influential positive towards the customer loyalty. This result is also showed that e-service quality influential negative towards the customer loyalty through the customer satisfaction.

Keywords: *e-service quality, customer satisfaction, switching barrier, customer loyalty, mobile telephony*