

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* SHOPEEPAY

YUNI EKA PRATIWI

1702519016



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

***THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY ON E-CUSTOMER
LOYALTY SHOPEEPAY***

YUNI EKA PRATWI

1702519016



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

This Scientific was written to arranged to meet one of the requirements to get the title of the Expert Associate at the Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta

MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

ABSTRAK

Yuni Eka Pratiwi, 2022; 1702519016; Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Customer Loyalty* ShopeePay. Karya Ilmiah, Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk : 1) memahami gambaran *e-service quality* dan *e-customer loyalty* ShopeePay 2) memahami pengaruh *e-service quality* terhadap *e-customer loyalty* ShopeePay?

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang di sebar melalui Google Form yang terdiri dari 33 butir pernyataan. Responden pada penelitian ini sebanyak 165 orang dengan teknik pengambilan sampel non probability sampling. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana *Statistical Package For The Social Sciences* (SPSS) 25 dan analisis deskriptif. Subjek dari penelitian ini adalah semua pengguna ShopeePay di DKI Jakarta dan menggunakan ShopeePay minimal 3 kali.

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan *e-service quality* terhadap *e-customer loyalty*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi (R) sebesar 0,695 sehingga dapat dinyatakan bahwa 69,5% *e-customer loyalty* ditentukan dari *e-service quality* dan sisanya sebesar 30,5% dipengaruhi oleh variabel lain seperti : *customer satisfaction*, *brand trust* dan *promotion*.

Kata Kunci ; *e-service quality* , *e-customer loyalty* , *e-wallet* ShopeePay.

ABSTRACT

YUNI EKA PRATIWI, 2020; 1702519016. The Effect of E-Service Quality on Customer Loyalty ShopeePay. DIII Marketing Management Study Program. Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta.

This scientific paper aims to: 1) understand the description of e-service quality and e-customer loyalty ShopeePay 2) understand the effect of e-service quality on e-customer loyalty ShopeePay?

Data collection in this study used a questionnaire distributed through Google Form which consisted of 33 statement items. Respondents in this study were 165 people with non-probability sampling technique. The analytical method used is simple linear regression analysis Statistical Package For The Social Sciences (SPSS) 25 and descriptive analysis. The subjects of this research are all ShopeePay users in DKI Jakarta and use ShopeePay at least 3 times.

The results obtained in this study are e-service quality has a positive and significant effect on e-customer loyalty. This is indicated by the coefficient of determination (R) of 0.695 so it can be stated that 69.5% of e-customer loyalty is determined by e-service quality and the remaining 30.5% is influenced by other variables such as customer satisfaction, brand trust, and promotion.







Keywords : e-service quality, e-customer loyalty, e-wallet ShopeePay

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi

Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd.
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., M.M</u> NIDN. 0002038107 (Ketua)	 	19 Agustus 2022
2	<u>Dewi Agustin Pratama Sari, SE., M.S.M</u> NIP. 199308272020122024 (Penguji Ahli)	 	19 Agustus 2022
3	<u>Dra. Sholikhah, M.M</u> NIP. 196206231990032001 (Pembimbing)	 	19 Agustus 2022

Nama : Yuni Eka Pratiwi
No. Registrasi : 1702519016
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Tanggal Lulus : 16 Agustus 2022

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Yuni Eka Pratiwi

NIM : 1702519016

Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

Tahun Akademik : 2019

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari Karya Ilmiah dengan judul “Pengaruh *E-service Quality* terhadap *E-customer Loyalty* ShopeePay” ini adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan pedoman dan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini saya siap menerima tindakan/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas penyalahgunaan ataupun tindakan yang tidak sesuai dengan etika akademik dalam Karya Ilmiah saya saat ini, atau terdapat klaim terhadap keaslian Karya Ilmiah ini.

Jakarta, 30 Agustus 2022

Yang menyatakan



Yuni Eka Pratiwi

NIM. 1702519016

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Karya Ilmiah yang berjudul **“Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E- Customer Loyalty* ShopeePay”** dengan baik.

Karya ilmiah ini ditulis dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Ahli Madya Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Selanjutnya, dalam hal penulisan karya ilmiah ini penulis mendapat dukungan serta saran berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dra. Sholikhah, M.M, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan selaku dosen pembimbing yang membantu penulis menyelesaikan karya ilmiah ini,
2. Dr. Ari Saptono, SE,.M.Pd, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta,
3. Dosen-dosen Program Studi DIII Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis duduk di bangku perkuliahan,
4. Teman- teman DIII Manajemen Pemasaran Angkatan 2019 yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis,

5. Kedua orang tua penulis, keluarga serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang senantiasa memberikan doa, dukungan dan semangat untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan karya ilmiah ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun. Semoga dengan adanya karya ilmiah ini bisa menjadikan manfaat bagi pembaca khususnya dalam perkembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran.

Jakarta, Juli 2022

Yuni Eka Pratiwi