

**PENGARUH KUALITAS *E-SERVICE* DAN NILAI  
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
TOKOPEDIA DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Devyd Irfan Essa  
200610015**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
2024**

**PENGARUH KUALITAS *E-SERVICE* DAN NILAI  
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
TOKOPEDIA DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat  
Memperoleh gelar Sarjana



**Oleh:  
Devyd Irfan Essa  
200610015**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
2024**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini adalah saya:

Nama : Devyd Irfan Essa  
Npm : 200610015  
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

**Pengaruh Kualitas *E-Service* Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia Di Kota Batam**

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terhadap unsur-unsur plagiasi, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan kelas akademik yang saya peroleh dibatalkan, diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 09 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



**Devyd Irfan Essa**

**200610015**

**PENGARUH KUALITAS *E-SERVICE* DAN NILAI  
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
TOKOPEDIA DI KOTA BATAM**

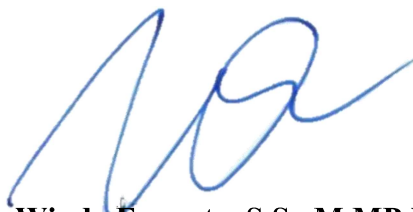
**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
Memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh  
Devyd Irfan Essa  
200610015**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
Seperti tertera dibawah ini**

**Batam, 09 Juli 2024**



**Winda Eyyanto, S.S., M.MPd.  
Pembimbing**



## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana nilai pelanggan dan kualitas *e-service* mempengaruhi kepuasan pelanggan Tokopedia di Kota Batam. Populasi pengguna atau konsumen Tokopedia pada tahun 2024 menjadi subjek dalam penelitian ini. Dengan menggunakan purposive sampling dan pendekatan rumus Lameshow, 100 responden dipilih sebagai sampel untuk penelitian ini. Regresi linier berganda digunakan untuk analisis data, bersama dengan pengujian pengaruh, hipotesis, dan asumsi klasik, serta pengujian kualitas data. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa terdapat hubungan sebesar 18,8% antara kualitas layanan elektronik dan kebahagiaan pelanggan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh nilai pelanggan sebesar 31%. Dengan menggunakan analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ), hasilnya menunjukkan bahwa nilai pelanggan dan kualitas *e-service* secara bersama-sama menjelaskan 29,7% dari variasi kepuasan pelanggan. Selain itu, hasil uji t dan uji F menunjukkan bahwa nilai pelanggan dan kualitas *e-service* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Tokopedia di Kota Batam.

**Kata Kunci:** Kualitas *E-Service*, Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan.

## ***ABSTRACT***

*The aim of this research is to see how customer value and e-service quality influence Tokopedia customer satisfaction in Batam City. The population of Tokopedia users or consumers in 2024 is the subject of this research. By using purposive sampling and the Lameshow formula approach, 100 respondents were selected as samples for this research. Multiple linear regression was used for data analysis, along with classic influence, hypothesis and assumption testing, as well as data quality testing. The results of multiple linear regression analysis show that there is a relationship of 18.8% between electronic service quality and customer happiness. Customer satisfaction is influenced by customer value by 31%. Using coefficient of determination analysis (R<sup>2</sup>), the results show that customer value and e-service quality together explain 29.7% of the variation in customer satisfaction. In addition, the results of the t test and F test show that customer value and e-service quality together have a positive and significant effect on customer satisfaction at Tokopedia in Batam City.*

***Keywords:*** *E-Service Quality, Customer Value, Customer Satisfaction*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala kemurahan hati dan rahmat-Nya kepada penulis hingga tuntasnya laporan akhir yang diserahkan oleh Universitas Putera Batam (UPB). Karya ini disusun sebagai salah satu kebutuhan untuk terselesaikannya laporan tugas akhir sebagai syarat program strata satu (S1 Program Studi Manajemen pada Universitas Putera Batam).

Menyadari masih banyak ketidakkonsistenan baik dalam penulisan maupun penggunaan bahasa yang penulis gunakan. Dengan cara ini, penulis menerima masukan dan saran yang bersifat membangun. Terlepas dari segala keterbatasan yang ada, penulis juga menyadari bahwa upaya ini tidak akan mungkin terwujud tanpa adanya bantuan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada individu-individu berikut ini:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Prodi Studi Prodi Manejemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Winda Evyanto, S.S., M.MPd. selaku Dosen Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Ayah dan Ibu yang tersayang, senantiasa memberikan dukungan dan doa yang tulus kepada penulis dalam segala hal penulis lakukan sehingga penulis dapat termotivasi untuk melanjutkan skripsi. Semoga pengorbanan yang diberikan oleh Ayah dan Ibu dapat dibalas oleh Allah Swt.
7. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat serta merelakan waktu dan pikirannya untuk membantu menyelesaikan skripsi ini. Semoga kebaikan yang teman-teman berikan dapat di balas oleh Allah Swt.
8. Semua pihak yang terlibat, yang tidak dapat disebutkan secara satu persatu tetapi yang terus-menerus memberikan manfaat bagi penulis, baik secara etis maupun nyata, sehingga penulis dapat melanjutkan perencanaan karya ini hingga penyelesaiannya yang terakhir.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan kerahmatan-Nya atas perhatian dan kejujuran semua pihak yang telah berkontribusi hingga terselesaikannya skripsi ini.

Batam, 09 Juli 2024



Devyd Irfan Essa





## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah .....	9
1.4. Rumusan Masalah.....	9
1.5. Tujuan Penulisan.....	10
1.6. Manfaat Penelitian .....	10
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	10
1.6.2. Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	12
2.1. Kajian Teori .....	12
2.1.1. Kualitas <i>E-Service</i> .....	12
2.1.1.1. Pengertian <i>Kualitas E-Service</i> .....	12
2.1.1.2. Manfaat Kualitas <i>E-Service</i> .....	13
2.1.1.3. Dimensi Kualitas <i>E-Service</i> .....	13
2.1.1.4. Indikator Kualitas <i>E-Service</i> .....	14
2.1.2. Nilai Pelanggan.....	14
2.1.2.1. Pengertian Nilai Pelanggan.....	14
2.1.2.2. Manfaat Nilai Pelanggan.....	16
2.1.2.3. Strategi Membangun Nilai Pelanggan .....	17
2.1.2.4. Indikator Nilai Pelanggan .....	17
2.1.3. Kepuasan Pelanggan .....	18
2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	18
2.1.3.2. Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	19
2.1.3.3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	19
2.1.3.4. Indikator Kepuasan Pelanggan .....	21
2.2. Penelitian Terdahulu .....	21
2.3. Kerangka Pemikiran.....	25
2.3.1. Variabel Kualitas <i>E-Service</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	25
2.3.2. Variabel Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	26
2.3.3. Variabel Kualitas <i>E-Service</i> Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	27

2.4.	Hipotesis .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>28</b>
3.1.	Jenis Penelitian.....	28
3.2.	Sifat Penelitian .....	28
3.3.	Lokasi dan Periode Penelitian.....	29
3.3.1.	Lokasi Penelitian.....	29
3.3.2.	Periode Penelitian .....	29
3.4.	Populasi dan Sampel .....	30
3.4.1.	Populasi.....	30
3.4.2.	Teknik Penentuan Besar Sampel .....	30
3.4.3.	Teknik Sampling.....	31
3.5.	Sumber Data.....	31
3.6.	Metode Pengumpulan Data.....	32
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
3.7.1.	Variabel Independen (X).....	33
3.7.2.	Variabel Dependen (Y) .....	33
3.8.	Metode Analisis Data.....	34
3.8.1.	Uji Statistik Deskriptif .....	34
3.8.2.	Uji Kualitas Data.....	35
3.8.2.1.	Uji Validitas .....	35
3.8.2.2.	Uji Reliabilitas .....	36
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.8.3.1.	Uji Normalitas.....	36
3.8.3.2.	Uji Multikolinearitas.....	37
3.8.3.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.8.4.	Uji Pengaruh .....	37
3.8.4.1.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	37
3.8.4.2.	Analisis Koefisien Determinasi ( <b>R<sup>2</sup></b> ) .....	38
3.9.	Uji Hipotesis .....	39
3.9.1.	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	39
3.9.2.	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F.....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>41</b>
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	41
4.2.	Karakteristik Responden.....	42
4.2.1.	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	42
4.2.2.	Karakteristik Berdasarkan Usia Responden.....	42
4.2.3.	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	43
4.2.4.	Karakteristik Berdasarkan Lama Penggunaan .....	43
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden.....	44
4.3.1.	Deskripsi Kualitas <i>E-Service</i> (X1).....	44
4.3.2.	Deskripsi Nilai Pelanggan (X2).....	45
4.3.3.	Deskripsi Kepuasan Pelanggan.....	46
4.4.	Analisis Data.....	47
4.4.1.	Uji Kualitas Data.....	47
4.4.1.1.	Uji Validitas .....	47
4.4.1.2.	Uji Reliabilitas .....	48

4.4.2.	Uji Asumsi Klasik.....	49
4.4.2.1.	Uji Normalitas.....	49
4.4.2.2.	Uji Multikolinearitas.....	51
4.4.2.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	51
4.4.3.	Uji Pengaruh .....	52
4.4.3.1.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	52
4.4.3.2.	Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	53
4.5.	Pengujian Hipotesis .....	54
4.5.1.	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	54
4.5.2.	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F.....	55
4.6.	Pembahasan.....	55
4.7.2.	Pengaruh Kualitas E-service Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	55
4.7.2.	Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	56
4.6.3.	Pengaruh Kualitas <i>E-Service</i> Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	57
4.7.	Implikasi Penelitian .....	57
4.7.1.	Implikasi Teoritis .....	57
4.7.2.	Implikasi Praktis .....	58
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>61</b>
5.1.	Simpulan .....	61
5.2.	Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>61</b>

**Lampiran 1.** Pendukung Penelitian

**Lampiran 2.** Riwayat Hidup

**Lampiran 3.** Surat Keterangan Penelitian

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 4. 1</b> Logo Tokopedia.....	41
<b>Gambar 4. 2</b> Uji Normalitas Dengan Histogram .....	49
<b>Gambar 4. 3</b> Uji Normalitas Dengan Normal P-P Plot.....	50
<b>Gambar 4. 4</b> Uji Heteroskedastisitas .....	52

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1. 1</b> Urutan Dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023.....	4
<b>Tabel 2. 1</b> PenelitianTerdahulu.....	23
<b>Tabel 3. 1</b> Jadwal Penelitian.....	29
<b>Tabel 3. 2</b> Pemberian Skor Kuesioner.....	32
<b>Tabel 3. 3</b> Operasional Variabel.....	28
<b>Tabel 3. 4</b> Kategori Rentang Skala.....	35
<b>Tabel 4. 1</b> Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
<b>Tabel 4. 2</b> Profil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
<b>Tabel 4. 3</b> Profil Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
<b>Tabel 4. 4</b> Profil Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	44
<b>Tabel 4. 5</b> Rentang Skala.....	44
<b>Tabel 4. 6</b> Deskripsi Variabel Kualitas E-Service.....	44
<b>Tabel 4. 7</b> Deskripsi Variabel Nilai Pelanggan.....	45
<b>Tabel 4. 8</b> Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	46
<b>Tabel 4. 9</b> Uji Validitas Kualitas E-Service (X1).....	47
<b>Tabel 4. 10</b> Uji Validitas Nilai Pelanggan (X2).....	47
<b>Tabel 4. 11</b> Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	48
<b>Tabel 4. 12</b> Uji Reliabilitas.....	48
<b>Tabel 4. 13</b> Uji Kolmogorov Smirnov.....	50
<b>Tabel 4. 14</b> Uji Multikolineari.....	51
<b>Tabel 4. 15</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	52
<b>Tabel 4. 16</b> Hasil Uji Analisis Koefesien Determinasi ( $R^2$ ).....	53
<b>Tabel 4. 17</b> Hasil Uji t (Parsial).....	54
<b>Tabel 4. 18</b> Uji F (Simultan).....	55

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
<b>Rumus 3. 1</b> Rumus Lames How .....	30
<b>Rumus 3. 2</b> Rentang Skala .....	34
<b>Rumus 3. 3</b> Pearson Correlation.....	35
<b>Rumus 3. 4</b> Alpha Crobach .....	36
<b>Rumus 3. 5</b> Regresi Linear Berganda.....	38
<b>Rumus 3. 6</b> Koefisien Determinasi .....	39
<b>Rumus 3. 7</b> Uji t.....	39
<b>Rumus 3. 8</b> Uji f.....	40