

SKRIPSI

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
PENGGUNA LAYANAN *GO-FOOD* DI BANJARMASIN**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

FARAH DZAKIRAH AZMI

NIM: 1910312220030

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

2023

LEMBAR LEGALITAS

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *SALES PROMOTION*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION PADA PENGGUNA LAYANAN
GO-FOOD DI BANJARMASIN

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

FARAH DZAKIRAH AZMI

NIM. 1910312220030

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal 28 Juli 2023 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing



Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM

NIP.19720909 199903 2 001

Penguji I



Dr. Nuril Huda, SE, MM
NIP. 19721021 199903 1 002

Penguji II

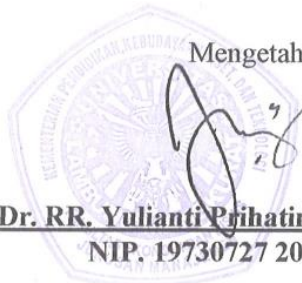


H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, AK, CA, ACPA
NIP.19700209 199303 1 003

Mengetahui,



Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si
NIP. 19730727 200112 2 001


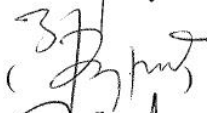



LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
BANJARMASIN

Nama : Farah Dzakhirah Azmi
NIM : 1910312220030
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *E-Service Quality* dan *Sales Promotion* terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* pada Pengguna Layanan Go-Food di Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : 28 Juli 2023

TIM PENGUJI

Pembimbing : Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM
Penguji I : Dr. Nuril Huda, SE, MM
Penguji II : H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, AK, CA, ACPA


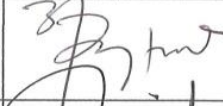
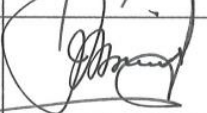
()
()
()

LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian skripsi yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Farah Dzakhirah Azmi
NIM : 1910312220030
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *E-Service Quality* dan *Sales Promotion* terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* pada Pengguna Layanan Go-Food di Banjarmasin
Hari / Tanggal : Jum'at, 28 Juli 2023
Tempat : Online
Waktu Ujian : 14.00 – 16.00 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji:

No	Nama	Keterangan	Tanda Tangan
1	Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM	Pembimbing	
2	Dr. Nuril Huda, SE, MM	Penguji I	
3	H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, AK, CA, ACPA	Penguji II	

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji

Banjarmasin, 1 Agustus 2023

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si
NIP. 19730727 200112 2 001

Mahasiswa,



Farah Dzakhirah Azmi
NIM. 1910312220030

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah di publikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 1 Agustus 2023
Yang membuat pernyataan,



Farah Dzakhirah Azmi
NIM: 1910312220030

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat disusun hingga selesai. Adapun skripsi ini berjudul “Pengaruh *E-Service Quality* dan *Sales Promotion* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* Pada Pengguna Layanan Go-Food di Banjarmasin.” Skripsi ini disusun untuk melengkapi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis mengucapkan terima kasih banyak karena adanya bantuan secara moril maupun materi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Ibu Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M. Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Ibu Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu dan membimbing selama penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Nuril Huda, SE, M.M, selaku Dosen Penguji I dan Bapak H. Ikhwan Faisal, SE, M.M, Ak, CA, ACPA, selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan saran untuk penulisan skripsi ini.
4. Kedua orang tua, saudara-saudari tercinta, beserta keluarga yang telah banyak memberikan dukungan, doa, dan bantuan yang sangat berarti.
5. Ucapan terima kasih kepada Dafa Rayyan, yang telah menemani, memotivasi, dan memberikan banyak bantuan sampai tersusunnya skripsi ini.
6. Nurul Khalishah, selaku teman satu pembimbing yang selalu membantu dan menjadi bagian dari perjuangan dalam penyusunan skripsi ini.

7. Sahabat-sahabat lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang selalu memberikan dukungan dan selalu mendengarkan keluh kesah selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Meskipun begitu, penulis berterima kasih jika ada saran dan kritik yang membangun agar skripsi ini dapat menjadi sempurna. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca yang memerlukannya.

Banjarmasin, 16 Juli 2023

Farah Dzakhirah Azmi
NIM: 1910312220030

ABSTRACT

Azmi, Farah Dzakirah (2023). The Effect of E-Service Quality and Sales Promotion on Customer Loyalty through Customer Satisfaction for Go-Food Service Users in Banjarmasin Supervisor: Siti Aliyati Al Bushairi.

This research was conducted to (1) Know the effect of E-Service Quality on Customer Loyalty, (2) Know the effect of E-Service Quality on Customer Satisfaction, (3) Know the effect of Sales Promotion on Customer Loyalty, (4) Know the effect of Sales Promotion on Customer Satisfaction, (5) Knowing the effect of Customer Satisfaction on Customer Loyalty, (6) Knowing the effect of E-Service Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction, (7) Knowing the effect of E-Service Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction.

This research uses quantitative methods. The population in this research is Go-Food service users in Banjarmasin aged minimum 18 years old and have made at least one transaction on Go-Food services. The number of samples in this study was 150 respondents using a purposive sampling technique. In explaining the research results, the data analysis technique used was SEM (Structural Equation Modeling) PLS (Partial Least Square), processed using SmartPLS 4.0 software.

The results of this study prove that (1) E-Service Quality has a positive and significant effect on Customer Loyalty, (2) Sales Promotion has a positive and significant effect on Customer Loyalty, (3) E-Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction , (4) Sales Promotion has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, (5) Customer Loyalty has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. Other findings in this study prove that (6) Customer Satisfaction can mediate E-Service Quality for Customer Loyalty, (7) Customer Satisfaction can mediate Sales Promotion for Customer Loyalty for Go-Food service users in Banjarmasin.

Keywords: *E-Service Quality, Sales Promotion, Customer Loyalty, Customer Satisfaction*

ABSTRAKSI

Azmi, Farah Dzakirah (2023). Pengaruh *E-Service Quality* dan *Sales Promotion* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* Pada Pengguna Layanan Go-Food di Banjarmasin. Pembimbing: Siti Aliyati Al Bushairi.

Penelitian ini dilakukan untuk: (1) Mengetahui pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Customer Loyalty*, (2) Mengetahui pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*, (3) Mengetahui pengaruh *Sales Promotion* terhadap *Customer Loyalty*, (4) Mengetahui pengaruh *Sales Promotion* terhadap *Customer Satisfaction*, (5) Mengetahui pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty*, (6) Mengetahui pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*, (7) Mengetahui pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna layanan Go-Food di Banjarmasin yang berusia minimal 18 tahun, dan pernah melakukan paling tidak satu kali transaksi pada layanan Go-Food. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 150 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam menjelaskan hasil penelitian, teknik analisis data yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modeling*) PLS (*Partial Least Square*), dan diolah dengan menggunakan software SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa (1) *E-Service Quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*, (2) *Sales Promotion* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*, (3) *E-Service Quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, (4) *Sales Promotion* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, (5) *Customer Loyalty* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Temuan lain dalam penelitian ini membuktikan bahwa (6) *Customer Satisfaction* dapat memediasi *E-Service Quality* terhadap *Customer Loyalty*, (7) *Customer Satisfaction* dapat memediasi *Sales Promotion* terhadap *Customer Loyalty* pada pengguna layanan Go-Food di Banjarmasin.

Kata Kunci: *E-Service Quality, Sales Promotion, Customer Loyalty, Customer Satisfaction*

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Riset	10
1.4 Manfaat Hasil Riset.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Teori	12
2.1.1 <i>Service Quality</i>	12
2.1.2 <i>E-Service Quality</i>	14
2.1.3 <i>Sales Promotion</i>	16
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i>	19
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	25
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	29
3.1 Kerangka Konseptual (Metode Penelitian)	29
3.2 Hipotesis.....	29
BAB IV METODE PENELITIAN	34
4.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	34
4.2 Jenis Penelitian.....	34
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian.....	34
4.4 Unit Analisis.....	34

4.5 Populasi dan Sampel	35
4.5.1 Populasi	35
4.5.2 Sampel	35
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	36
4.6.1 Variabel	36
4.6.2 Definisi Operasional Variabel	37
4.7 Teknik Pengumpulan Data	39
4.8 Teknik Analisis Data	40
4.8.1 Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	41
4.8.2 Uji Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	43
4.8.3 Uji Pengaruh Tidak Langsung	45
4.9 Jadwal Penelitian	45
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	46
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	46
5.1.1 Sejarah Umum Objek Penelitian	47
5.2 Hasil dan Analisis	48
5.2.1 Karakteristik Responden	48
5.2.2 Uji Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	51
5.2.3 Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	53
5.2.4 Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	58
5.2.5 Uji Pengaruh Tidak Langsung	62
5.2.6 Pembahasan Hasil Penelitian	63
5.2.7 Implikasi Hasil Penelitian	69
5.2.8 Keterbatasan Penelitian	70
BAB VI PENUTUP	72
6.1 Kesimpulan	72
6.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Penelitian Sebelumnya.....	25
Tabel 4.1	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	38
Tabel 4.2	Skala Likert	40
Tabel 4.3	Evaluasi <i>Outer Model</i>	43
Tabel 4.4	Evaluasi <i>Inner Model</i>	45
Tabel 5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	49
Tabel 5.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 5.5	Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel <i>E-Service Quality</i>	51
Tabel 5.6	Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel <i>Sales Promotion</i>	52
Tabel 5.7	Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel <i>Customer Loyalty</i>	52
Tabel 5.8	Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel <i>Customer Satisfaction</i> ..	53
Tabel 5.9	<i>Outer Loading</i>	54
Tabel 5.10	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	55
Tabel 5.11	Nilai <i>Cross Loading</i>	55
Tabel 5.12	Nilai <i>Fornell-Larcker</i>	56
Tabel 5.13	Nilai HTMT.....	57
Tabel 5.14	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	57
Tabel 5.15	Nilai <i>R-Square</i>	58
Tabel 5.16	Nilai <i>F-Square</i>	59
Tabel 5.17	Nilai <i>Q-Square</i>	60
Tabel 5.18	<i>Path Coefficient</i>	61
Tabel 5.19	Pengujian Hipotesis (Pengaruh Tidak Langsung).....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Laju Pertumbuhan PDB	2
Gambar 1.2	Data Perbandingan Pada Pengguna Layanan Transportasi <i>Online</i>	3
Gambar 1.3	Data Intensitas Penggunaan Transportasi <i>Online</i>	4
Gambar 3.1	Kerangka Konseptual	29
Gambar 5.1	Model Pengukuran Reflektif	53
Gambar 5.2	Nilai <i>Outer Model</i> Penelitian Tahap Estimasi Awal	54
Gambar 5.3	Model Struktural	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner Penelitian	79
Lampiran II	Tabulasi Data Responden.....	83
Lampiran III	<i>Output</i> PLS.....	90