

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-PAYMENT* YANG DI
MEDIASI OLEH NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN**

(Studi Kasus Pelanggan Yang Menggunakan Aplikasi KFCKu)

SKRIPSI



Nama : Tika M. Simanjuntak

NIM : 43121110093

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-PAYMENT* YANG DI
MEDIASI OLEH NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN**

(Studi Kasus Pelanggan Yang Menggunakan Aplikasi KFCKu)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memproleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
TERAKREDITASI UNGGUL
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Tika M. Simanjuntak
NIM : 43121110093

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tika M. Simanjuntak

NIM : 43121110093

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan Proposal Skripsi ini apabila terbukti melakukan Tindakan plagiat (penjiplakan). Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Februari 2024



Tika M. Simanjuntak

Nim: 43121110094

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tika M.Simanjuntak
NIM : 43121110093
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh E-service Quality Dan E-payment Yang Di Mediasi Oleh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Yang Menggunakan Aplikasi KFCKu)
Tanggal Sidang : 15 Maret 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 03243585



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-service quality* dan *e-payment* terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi oleh nilai pelanggan KFCku. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk KFC menggunakan Aplikasi KFCku yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 185 responden dengan usia rentang dihitung menggunakan rumus Hair. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrumen penelitian kuesioner *g-form*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan pendekatan yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* dan *e-payment* berpengaruh terhadap nilai pelanggan secara parsial, *e-service quality*, *e-payment* dan nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dan *e-service quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi oleh nilai pelanggan serta *e-payment* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi oleh nilai pelanggan.

Kata Kunci : *E-Service Quality*, *E-Payment*, Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of e-service quality and e-payment on customer satisfaction which is mediated by KFCku customer value. The population in this research is consumers who buy KFC products using the KFCku Application, the number of which is unknown. The sample used in this research was 185 respondents with an age range calculated using the Hair formula. The data collection method uses a survey method, with a g-form questionnaire research instrument. The sampling technique used purposive sampling and the approach used was Structural Equation Model (SEM) with the SmartPLS analysis tool. The research results show that e-service quality and e-payment have a partial effect on customer value, e-service quality, e-payment and customer value have a partial effect on customer satisfaction and e-service quality has a positive effect on customer satisfaction which is mediated by value customers and e-payment have a positive effect on customer satisfaction which is mediated by customer value.

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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas, berkat dan penyertaanNya senantiasa sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-PAYMENT* YANG DI MEDIASI OLEH NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN”. Penyusunan proposal skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk kelulusan pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Dengan dukungan dari berbagai pihak, baik secara dukungan materil, maupun secara dukungan non-materil, sehingga penelitian proposal skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.

4. Ibu Dr. Aldina Shiratina, SE.,M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak masukan dan saran, waktu, dan nasehat-nasehat yang bermanfaat dalam penyusunan proposal skripsi.
5. Ibu Dr. Catur Widayati, SE,MM, selaku Dosen Mata Kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran yang memberikan arahan dan motivasi dalam penyusunan proposal skripsi.
6. Seluruh dosen program studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
7. Bapak dan ibu bagian administrasi Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasannya bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
8. Teristimewa, Mama tercinta yang selalu memberikan doa, motivasi, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moral maupun materil.
9. Kepada Abang dan kakak terima kasih banyak penulis ucapkan untuk semua waktunya yang tidak pernah bosan dan menyerah

untuk memberikan dukungan, semangat, kepada penulis. Ketika penulis merasa jenuh dan putus asa tetapi selalu menyemangati penulis.

10. Putri Simamora, Tika Manullang, dan Vera Turnip yang merupakan sahabat saya yang selalu memberikan semangat dan mensupport penulis.

11. Terima kasih penulis ucapkan untuk semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan dari pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 17 Februari 2024

Tika M. Simanjuntak

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Kontribusi Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
A. Kajian Pustaka	17
1. Pemasaran	17
2. Perilaku Konsumen	21
3. <i>E-Service Quality</i>	22
4. <i>E-Payment</i>	26
5. Nilai Pelanggan (<i>Customen Value</i>).....	29
6. Kepuasan Pelanggan	33
B. Penelitian Terdahulu	36
C. Pengembangan Hipotesis.....	41
1. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Nilai Pelanggan.....	41

2. Pengaruh <i>E-Payment</i> Terhadap Nilai Pelanggan	42
3. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	43
4. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	44
5. Pengaruh <i>E-Payment</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	45
6. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Nilai Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi	45
7. Pengaruh <i>E-Payment</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Nilai Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.....	45
D. Kerangka Penelitian	47
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	49
1. Waktu Penelitian	49
2. Tempat Penelitian.....	49
B. Desain Penelitian	49
C. Defenisi dan Operasional Variabel.....	51
1. Defenisi Variabel.....	51
2. Oprasionalisasi Variabel	53
D. Skala Pengukuran	58
E. Populasi dan Sampel	59
1. Populasi.....	59
2. Sampel Penelitian	59
F. Teknik Pengumpulan Data.....	61
G. Metode Analisis Data.....	62
1. Analisis Deskriptif	62
2. Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	62
3. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	63
4. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	63
5. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	69

A. Gambaran Umum Perusahaan	69
B. Statistik Deskriptif	70
1. Deskripsi Responden	70
2. Deskriptif Variabel	71
C. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	76
1. Evaluasi <i>Measurement Model</i> (<i>Outer Model</i>)	76
2. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	82
D. Hasil Analisis Penelitian	87
1. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Nilai Pelanggan	87
2. Pengaruh <i>E-Payment</i> Terhadap Nilai Pelanggan	87
3. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan	88
4. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	88
5. Pengaruh <i>E-Payment</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	89
6. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Nilai Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi	89
7. Pengaruh <i>E-Payment</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Nilai Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR TABEL

1.1	Laporan Penjualan KFC.....	6
1.2	Hasil Pra Survey.....	12
2.1	Penelitian Terdahulu.....	36
3.1	Operasional Variabel.....	54
3.2	Instumen Skala Likert.....	59
4.1	Deskripsi Responden Karakteristik.....	70
4.2	Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>E-Service Quality</i>	71
4.3	Jawaban Kuisisioner Berdasarkan Variabel E-Payment.....	73
4.4	Jawaban Kuisisioner Berdasarkan Variabel Nilai Pelanggan.....	74
4.5	Jawaban Kuisisioner Berdasarkan Variabel Kepuasan Pelanggan.....	75
4.6	Hasil Factor Loading.....	77
4.7	Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	79
4.8	Hasil Cross Loading.....	81
4.9	Hasil Composite Reliability.....	82
4.10	Hasil Nilai R Square Model.....	83
4.11	Hasil Pengujian Hipotesis Direct Effect.....	85
4.12	Hasil Pengujian Hipotesis Indirect Effect.....	86

DAFTAR GAMBAR

1.1	Resto Cepat Saji Populer.....	7
1.2	Halaman Utama Aplikasi KFCKu.....	8
1.3	Ulasan Pengguna Aplikasi KFCKu.....	9
2.1	Kerangka Konseptual.....	48
4.1	Hasil Loading Factor.....	77
4.2	Hasil Uji Bootstrapping.....	85

