

**PENGARUH *WEBSITE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER SATISFACTION*  
DAN *E-WOM* PADA WANITA PENGGUNA SHOPEE**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Manajemen



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *WEBSITE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG  
DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *E-WOM* PADA WANITA  
PENGGUNA SHOPEE**

Oleh :

**Puput Fitriani**

**202110160311546**

Malang,

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I



(Prof. Dr. Widayat, M.M.)

Pembimbing II



(Dr. Yulist Rima Fiandari, S.P., M.M.)



**SKRIPSI**

**PENGARUH WEBSITE QUALITY  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DI MEDIASI OLEH  
CUSTOMER SATISFACTION DAN E-WOM  
PADA WANITA PENGGUNA SHOPEE.**

Oleh :  
**Puput Fitriani**  
202110160311546

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 23 Juni 2025



Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Prof. Dr. Widayat, M.M.**

**Dr. Yulist Rima Fiandari, S.P., M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



**Prof. Dr. Han Zuhroh, M.M.**



**Dr. Nurul Asfiah, M.M.**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH WEBSITE QUALITY  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DI MEDIASI OLEH  
CUSTOMER SATISFACTION DAN E-WOM  
PADA WANITA PENGGUNA SHOPEE.**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Puput Fitriani  
NIM : 202110160311546  
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 23 Juni 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Prof. Dr. Widayat, M.M.  
Pembimbing II : Dr. Yulist Rima Fiandari, S.P., M.M.  
Penguji I : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.  
Penguji II : Baroya Mila Shanty, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Puput Fitriani  
NIM : 202110160311546  
Program Studi : Manajemen  
E-mail : [puputtfitrianiiii@gmail.com](mailto:puputtfitrianiiii@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah hasil asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 8 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,

Tanda Tangan



METERAI  
TEMPEL  
BF846ANX427279976

Puput Fitriani  
202110160311546

**THE EFFECT OF WEBSITE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY  
MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION AND E-WOM ON FEMALE  
USERS OF SHOPEE**

Puput Fitriani

*Departement of Management, FEB UMM*

*E-mail: [puputtfitrianiiii@gmail.com](mailto:puputtfitrianiiii@gmail.com)*

**ABSTRACT**

*This study was conducted on female Shopee users in the Indonesian ShopeePay Community, aiming to determine and analyze the effect of website quality on customer loyalty with customer satisfaction and e-wom as mediation. The population in this study were female Shopee users in the Indonesian ShopeePay community. The sample was 130 respondents. This study used a descriptive quantitative method. The sampling technique used nonprobability sampling then used the purposive sampling method, where the sample was selected based on certain criteria that had been determined by the researcher. Data collection used a questionnaire (Google Form). The data analysis technique used a scale range and Partial Least Square (PLS). The results of this scale range calculation indicate that website quality is in the good category, customer satisfaction is in the satisfied category, e-wom is in the trust category, and customer loyalty is in the loyal category. The results of this study indicate that website quality has a significant positive effect on customer satisfaction, website quality has a positive effect on e-wom, website quality has a significant negative effect on customer loyalty, customer satisfaction has a significant positive effect on customer loyalty, and e-wom has a significant positive effect on customer loyalty. and customer satisfaction and e-wom significantly mediate the effect of website quality on customer loyalty.*

*Keywords: Website Quality, Customer Satisfaction, E-WOM, Customer Loyalty.*

**PENGARUH *WEBSITE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER SATISFACTION*  
DAN *E-WOM* PADA WANITA PENGGUNA SHOPEE**

Puput Fitriani  
Program Studi Manajemen, FEB UMM  
E-Mail: [puputtfitrianiiii@gmail.com](mailto:puputtfitrianiiii@gmail.com)

**ABSTRAKS**

Penelitian ini dilakukan pada wanita pengguna shopee pada Komunitas ShopeePay Indonesia, bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *website quality* terhadap loyalitas pelanggan dengan *customer satisfaction* dan *e-wom* sebagai mediasi. Populasi pada penelitian ini adalah wanita pengguna shopee pada komunitas shopeepay indonesia. Sampel sebanyak 130 responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling kemudian menggunakan metode purposive sampling, dimana sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan peneliti. Pengumpulan data menggunakan kuisioner (Google Form). Teknik analisis data menggunakan rentang skala dan *Partial Least Square* (PLS). Hasil perhitungan rentang skala ini menunjukkan bahwa *website quality* berada dalam kategori baik, *customer satisfaction* berada dalam kategori puas, *e-wom* berada dalam kategori percaya, dan loyalitas pelanggan berada pada kategori loyal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *website quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction*, *website quality* berpengaruh positif terhadap *e-wom*, *website quality* berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *customer satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan *e-wom* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, serta *customer satisfaction* dan *e-wom* memediasi secara signifikan pengaruh *website quality* terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** *Website Quality, Customer Satisfaction, E-WOM, Loyalitas Pelanggan.*

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmanirrohim*

Puji syukur yang teramat mendalam saya ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayah, rahmat, dan tafiqnya, sehinggakan Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Website Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh *Customer Satisfaction* Dan *E-WOM* Pada Wanita Pengguna Shopee”**, dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Teriring doa dan sholawat, senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad S.A.W, Rasul akhir zaman, penutup paraNabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga tumpahan doa sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada’, para mushonnifin, para ulama’, dan seluruh umatnya, yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M. selaku Dosen Wali Kelas K Angkatan 2021 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Prof. Dr. Widayat, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberi arahan, mengoreksi, serta memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Yulist Rima Fiandari, S.P., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengoreksi serta memberikan petunjuk yang juga sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.

7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis lainnya yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
8. Secara khusus saya ucapkan terima kasih banyak kepada kedua orang tua saya, Bapak Sunanto dan Ibu Sukarti yang telah memberikan dukungan kepada saya baik secara materil ataupun moral, sehingga saya dapat menyelesaikan studi dengan baik.
9. Seluruh responden dari Komunitas ShopeePay Indonesia yang telah bersedia untuk memberikan informasi dan waktunya untuk membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat satu kost saya Difa Putri Arifa dan Kahla Syawal Lulu yang selalu menemani saya dikala senang maupun susah serta selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk saya segera menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat seperjuangan saya selama 4 tahun di Malang, Tarisyah, Difa, Zafira, Nabila, Lilis, Diyyah, dan Tiara yang selalu menemani saya dikalah senang dan susah serta membantu saya dalam mengerjakan tugas selama masa kuliah.
12. Teman teman Kelas K saya yang juga ikut memberikan semangat dan juga membantu dalam mengerjakan tugas semasa kuliah.
13. Tidak lupa kepada diri saya sendiri, terimakasih karna sudah berjuang sampai saat ini, selalu semangat dan sabar dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini.

Hanya ungkapan terima kasih dan doa tulus yang dapat saya persembahkan kepada semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini hinga selesai. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Malang, 29 April 2025

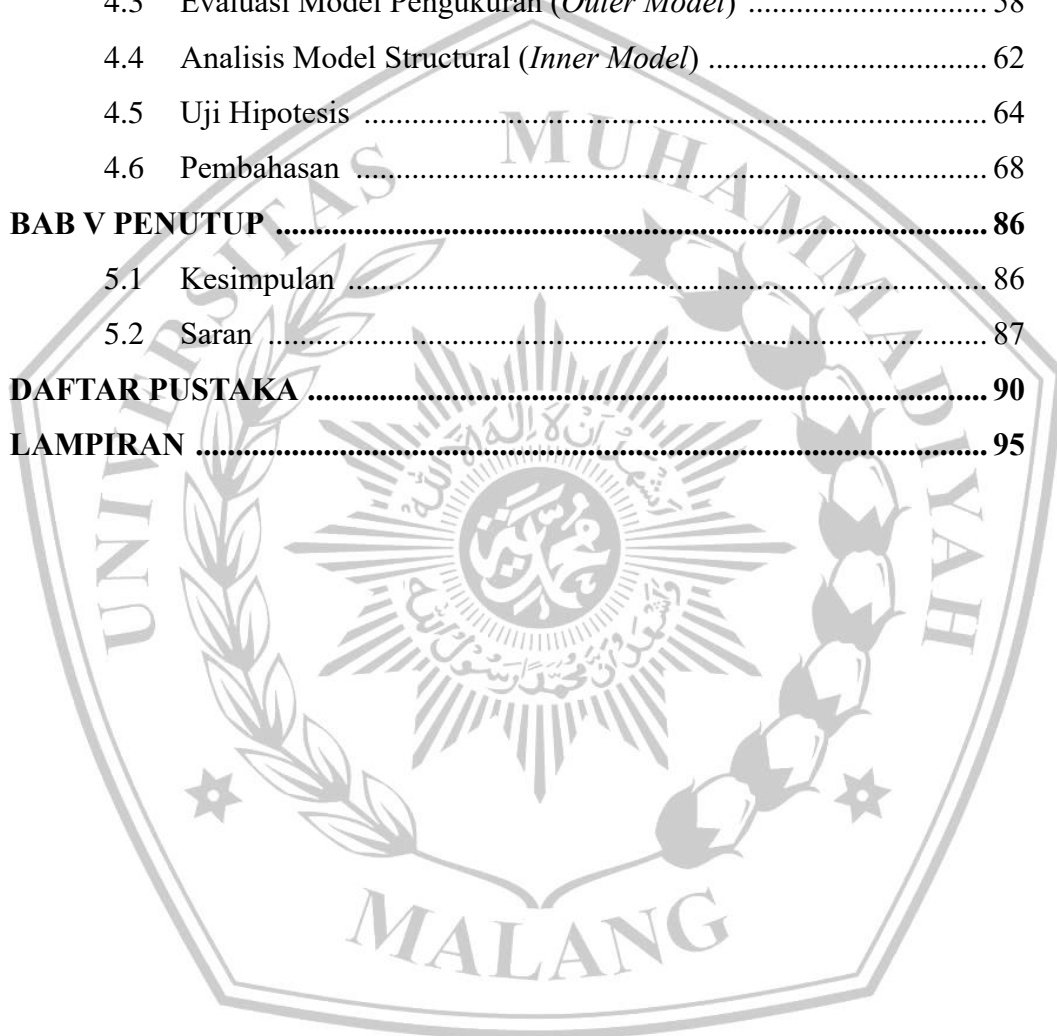
Penulis,

Puput Fitriani

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
SURAT PERNYATAAN .....	v
ABSTRACT .....	vi
ABSTRAKS .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan .....	9
1.4 Manfaat .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 <i>SOR Theory (Stimulus Organism Response)</i> .....	11
2.1.2 Loyalitas Pelanggan .....	14
2.1.3 <i>Customer satisfaction</i> .....	17
2.1.4 <i>E-WOM</i> .....	20
2.1.5 <i>Website Quality</i> .....	23
2.2 Penelitian Terdahulu .....	26
2.3 Kerangka Konsep .....	29
2.4 Hipotesis .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	34
3.2 Obyek dan Waktu Penelitian .....	34
3.3 Populasi dan Sampel .....	34

3.4	Pengembangan Instrumen Penelitian .....	36
3.5	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.6	Definisi Operasional Variabel .....	38
3.7	Teknik Analisis Data .....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN &amp; PEMBAHASAN .....</b>		<b>46</b>
4.1	Hasil Penelitian Karakteristik Responden .....	46
4.2	Distribusi Jawaban Responden .....	51
4.3	Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	58
4.4	Analisis Model Structural ( <i>Inner Model</i> ) .....	62
4.5	Uji Hipotesis .....	64
4.6	Pembahasan .....	68
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>86</b>
5.1	Kesimpulan .....	86
5.2	Saran .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>90</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>95</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Bukti Kategorisasi Keluhan Terkait <i>Website Quality</i> Shopee .....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1 Skala Likert .....	37
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	38
Tabel 3.3 Skor Rentang Skala .....	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	48
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	49
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja .....	50
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Website quality</i> .....	51
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Customer satisfaction</i> .....	53
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>E-WOM</i> .....	55
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Loyalitas Pelanggan</i> .....	56
Tabel 4.10 Hasil <i>Outer Loading</i> .....	58
Tabel 4.11 Hasil analisis <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Cross Loadings</i> .....	60
Tabel 4.13 <i>Fornell Larcker</i> .....	60
Tabel 4.14 <i>Composite Reliability</i> .....	61
Tabel 4.15 <i>Cronbach's Alpha</i> .....	61
Tabel 4.16 <i>R-Square (R2)</i> .....	62
Tabel 4.17 Nilai <i>Predictive Relevance (Q2)</i> .....	63
Tabel 4.18 Hasil <i>Direct Effects</i> .....	64
Tabel 4.19 Hasil <i>Specific Indirect Effects</i> .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Pertumbuhan <i>E-Commerce</i> .....	2
Gambar 1.2 Preferensi Aplikasi Belanja Online 2024 .....	5
Gambar 2.1 Theory SOR .....	12
Gambar 2.2 Kerangka Konsep .....	29
Gambar 4.1 <i>Outer Model</i> .....	59



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Review Pelanggan Mengenai Website Quality Shopee Pada Google Play Store .....	95
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian .....	106
Lampiran 3. Tabulasi Jawaban Responden .....	102
Lampiran 4. Hasil Olah Data SmartPLS (SEM-PLS).....	107



## DAFTAR PUSTAKA

1. Suryani NK, Putu N, Eka N. Pengaruh Website Quality , Trust , Dan E – Service Quality Terhadap Loyalitas Konsumen Pada E-Commerce Pengguna Situs Shopee . Co . Id. TIERS Inf Technol J. 2020;1(2):34–43.
2. Nasution EY, Hariani P, Hasibuan LS, Pradita W. Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. Jesya. 2020;3(2):506–19.
3. Liubana A, Kowey WO, Alfonso P V., Putra WP. Pengaruh Strategi Pemasaran Digital, Citra Merek, Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kinerja Penjualan Produk Fashion Di E-Commerce Shopee. J Bisnis Dan Manaj West Sci. 2023;2(04):352–61.
4. Karina M. Pengaruh E-Servicescape Online Marketplace Shopee Pada Perceived Value Dan Kepuasan Pelanggan , Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. J Maksipreneur. 2019;9(1):103–22.
5. Purimartyas A, Jatmiko RD, Aziz N. The Influence Of Website Quality On Customer Loyalty Mediated By Customer Satisfaction Of Shopee Career Women Customers. Jamanika. 2021;01(03).
6. Ratnasari B, Juliati R, Handayanto E. The Influence Of Product Quality And Brand Image On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As Intervening Variable. Jamanika. 2022;01(01):31–42.
7. Khoir, Umam, Fatih, Zhafran, Fajar A. Pengaruh Sustainability E-Commerce Customer Relationship Management. J Sist Inf. 2023;10(2):128–36.
8. Hidayat N. Pengaruh Kinerja Situs Web Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Di E Commerce Putri Syabila Hidayat Muhammad Irwan Padli Nasution. J Sains Dan Teknol Inf. 2024;2(3):14–26.
9. Mavilinda HF, Nazaruddin A. Jurnal Bisnis Dan Manajemen Analisis Website Quality , Customer Satisfaction Dan Repurchase Intention Pada Bisnis E-Commerce Di Indonesia. J Bisnis Dan Manaj. 2022;9(1):130–41.
10. Febriany D. Peran Persepsi Terhadap Electronic Service Quality Dan Electronic Word-Of Mouth ( E-Wom ) Terhadap Intensi Pembelian Ulang Melalui E-Commerce. J Ilm Psikol Terap. 2021;
11. Sutisna S. Manajemen Pendidikan Dan Teknologi Informasi Implementasi Sistem Informasi Dalam Mendukung Perilaku Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian. J Mentari Manaj Pendidik Dan Teknol Inf. 2023;2(1):20–30.
12. Setyorini G. The Impact Of Website Qualityto Purchase Decision On Bukalapak.Com. E-Proceeding Manag. 2017;4(1):678–86.

13. Aldatya, Suharyati N. Pengaruh Citra Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pada E-Commerce Shopee. *Konf Ris Nas Ekon Manajemen, Dan Akunt.* 2021;2(2):1709–25.
14. Irmawati F. The Effect Of E-Service Quality And Website Quality On E-Loyalty With E-Satisfaction As An Mediating Variable At The Bluder Cokro Company. *Proc Ser Soc Sci Humanit.* 2024;15(Iconomics 2023):66–83.
15. Purwanda E, Wati T. Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Lazada Di Wilayah Bandung Timur). *Pros FRIMA (Festival Ris Ilm Manaj Dan Akuntansi).* 2018;18(1):508–14.
16. Anggraini D, Barus A, Ginting. Pengaruh Kualitas Website, Nilai Hedonis Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Situs Belanja Online. *Jurnal Skena Bisnis* 2024;1(2):29–40.
17. Muchsin RMS, Wahyono A. Pengaruh Kualitas Pelayanan , Brand Image , Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pelanggan Lazada (Studi Pada Mahasiswa USNI Fakultas Ekonomi). *Jurnal Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia.* 2(2):1–12.
18. Ekawati NW, Paramananda KAS, Mahardika I, Daely AS, Rifky AM. Peran E-Wom Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Website Dan Kualitas E-Service Terhadap Niat Membeli Kembali. *Pros Semin Nas Forum Manaj Indones - E-ISSN 3026-4499.* 2023;1:100–16.
19. Pandita S, Mishra HG, Chib S. Psychological Impact Of Covid-19 Crises On Students Through The Lens Of Stimulus-Organism-Response (SOR) Model. *Child Youth Serv Rev [Internet].* 2021;120(November 2020):105783. Available From: <https://doi.org/10.1016/j.chilgyouth.2020.105783>
20. Sartika D. Melihat Attitude And Behavior Manusia Lewat Analisis Teori Planned Behavioral. *J Islam Guid Couns.* 2020;4(UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi):51–70.
21. Reza M, Saleh R. Hubungan Komunikasi Interpersonal Customer Service Dengan Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Relawan Sumatra Utara. *J Ilm Mhs FISIP Unsyiah.* 2018;3(2):220–32.
22. Asteria H. Pengaruh Kualitas Layanan , Brand Ambassador. *J Ekobis Sains.* 2024;09:17–30.
23. Kotler P, Keller KL. *Marketing Management.* 15th Ed.,. London : Pearson Education; 2016.
24. Magdalena A, Jaolis F. Analisis Antara E-Service Quality, E-Satisfaction, Dan E-Loyalty Dalam Konteks E-Commerce Bukalapak. *J Strateg Pemasar.* 2018;5(2):1–11.

25. Novianti, Endri. Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *J Ilm Manaj.* 2018;VIII(1):90–108.
26. Puspitasari AN, Kumadji S, Sunarti. Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Studi Pada Pelanggan Toko Sepatu Wanita *Www.Iwearup.Com.* *J Adm Bisnis.* 2013;5(2):1–9.
27. Bryan NM, Keni K, Negara ES, Dharmawan P. Pengaruh Brand Competence, Brand Trust, Brand Experience, Dan E-Wom Terhadap Brand Loyalty Dompert Digital. *J Muara Ilmu Ekon Dan Bisnis.* 2023;7(1):17–29.
28. Fahmi, Prayogi, Jufrizen. Peran Kepercayaan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Website Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Shop. *J Ris Sains Manaj.* 2018;2(3):121–30.
29. Widyana SF, Firmansyah H. Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sepatu Converse. *J Bisnis Dan Pemasar.* 2021;11(1):11.
30. Kotler P, Amstrong G. *Principles Of Marketing, 17th Global Edition.* Global Edition; 2018.
31. Yulianti W, Nurhasan R, Cupiadi H. Pengaruh Website Quality Dan Customer Trust Terhadap Customer Satisfaction Pada Lazada. *J Knowl Manag.* 2022;16(2):60.
32. Priambodo G, Subyanto M. Peran Komunikasi Word Of Mouth Tradisional Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Merek. *J Komunikologi.* 2017;14(1):8–17.
33. Makawoka C, Soepeno D, Loindong SS. Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Kenzo Desa Kombi. *J EMBA J Ris Ekon Manajemen, Bisnis Dan Akunt.* 2022;10(3):817.
34. Kauthar N. *Electronic Word Of Mouth : Exploring The Consumer.* *Int J Accounting, Business, Manag.* 2018;(November 2016).
35. Aditya G. The Impact Of Electronic Word Of Mouth On Shopee ' S Purchasing. *J E-Proceeding Manag.* 2019;6(3):5566–83.
36. Elvira I, Yogesh K, Dwivedi , Emma W. Electronic Word Of Mouth (Ewom) In The Marketing Context A State Of The Art Analysis And Future Directions. *J Springerbriefs In Business;* 2017.
37. Setyaning A, Nugroho SS. The Influence Of Website Characteristics On Customer Satisfaction And E-WOM In Indonesia. *J Siasat Bisnis.* 2020;24(2):148–67.
38. Akyüz A. Determinant Factors Influencing Ewom. *Mediterr J Soc Sci.* 2013;4(11):159–66.

39. Alshehri M, Drew S, Alhussain T, Alghamdi R. The Effects Of Website Quality On Adoption Of E-Government Service: An Empirical Study Applying UTAUT Model Using SEM. *ACIS 2012 Proc 23rd Australas Conf Inf Syst.* 2012;(2011):1–13.
40. Indara & Anjarwati. Website Quality, Brand Image, Dan E-Wom Serta Pengaruhnya Terhadap Online Purchase Intention Studi Pengunjung Website Berrybenka. *J Ilmu Manaj.* 2021;9:536–46.
41. Indriyani F, Helling LS. Analisis Pengaruh Kualitas Website , Kepercayaan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia. *J Ris Manaj Sekol Tinggi Ilmu Ekon Widya Wiwaha Progr Magister Manaj.* 2018;5(1):56–68.
42. Hapsari K, Priyadi Y. Perancangan Model Data Flow Diagram Untuk Mengukur Kualitas Website Menggunakan Webqual 4.0. *J Sist Inf Bisnis.* 2017;7(1):66.
43. Rohman F, Kurniawan D. Pengukuran Kualitas Website Badan Nasional Penanggulangan Bencana Menggunakan Metode Webqual 4.0. *J Ilmu Pengetah Dan Teknol Komput [Internet].* 2017;3(1):31–8. Available From: <Http://Www.Bsi.Ac.Idhttp://Www.Nusamandiri.Ac.Id>
44. Ningsih, Udayana H. Pengaruh Kualitas Website Dan Kualitas Service Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pengguna Shopee. *Bul Pos Dan Telekomun.* 2021;05(01):516–27.
45. Lestari NS, Farida N. Pengaruh E-Website Quality Dan E-Service Quality Terhadap E-Repurchase Intetion Melalui E-Word Of Mouth ( E-WOM ) Sebagai Variabel Intervening Pendahuluan Kerangka Teori E-Marketing E-Commerce E-Website Quality. *Dep Adm Bisnis, FISIP, Univ Diponegoro, Indones.* 2016;1–8.
46. Putra S, Agustini PM, Bakrie U. Pengaruh Kualitas Website Terhadap E-Satisfaction, E-Trust Dan E-Loyalty Pengguna Website Tvonenews.Com Di Jakarta Timur. *J Manag Stud Entrep.* 2023;4(4):3955–74.
47. Supriadi B, Yusuf A. Pengaruh Website Quality Dan E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Pada Website Pssi.Org. *J Econ Bussines Account.* 2021;4(2):635–44.
48. Goeltom VAH, Saputri JA, Christine D. Pengaruh Customer Satisfaction, Customer Delight, Dancustomer Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Otentikdi Tangerang. *J Bintang Manaj.* 2023;1(1):89–118.
49. Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D.* Alfabeta, 2018; 2018.
50. Sadeh S, Sadeh E, Mousavi L, Asgari F. The Effects Of Website Quality Dimensions On Customer Satisfaction In E-Retailing System. *Middle-East J Sci Res.* 2011;10(3):366–9.

51. Shi L, Rong Y, Silviana M. Investigating The Impact Of Website Quality On User Satisfaction In IDN Times News Website. *J Phys Conf Ser.* 2021;
52. Asti E, Ayuningtyas E. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *J Ekon Manaj Bisnis.* 2020;1(01):1–14.
53. Putri, Sriyani, Wirawan. Pengaruh Brand Image Dan E-Wom Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Tiktok Shop Mahasiswa. *Gulawentah J Stud Sos.* 2023;8(1):110–7.
54. Irawan W, Nisa PC. Pengaruh Corporate Social Responsibility, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Social Media. *Komitmen J Ilm Manaj.* 2023;4(1):243–59.
55. Jesslyn BN, Loisa R. Pengaruh E-WOM Di Instagram Terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Janji Jiwa. *J Prologia.* 2019;3(2):440.
56. Zeqiri J, Ramadani V, Aloulou WJ. The Effect Of Perceived Convenience And Perceived Value On Intention To Repurchase In Online Shopping: The Mediating Effect Of E-WOM And Trust. *J Econ Res Istraz.* 2023;36(3).
57. Augusty Ferdinand. *Metode Penelitian Manajemen, Edisi 5.* Jakarta Selatan: UNDIP Press; 2014.
58. Firmansyah D, Dede. Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi. *J Ilm Pendidik Holistik.* 2022;1(2):85–114.
59. Andi Asari, Zulkarnaini & H. Pengantar Statistika. Andi Asari M., Editor. Solok: PT Mafy Media Literasi Indonesia; 2023.
60. Joseph F. Hair, Jr., G. Tomas M. Hult, Christian Ringle MS. *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).* US; 2016.
61. Santoso. *Statistik Multivariat.* Elex Media Komputindo; 2018.
62. Mia N, Dirvi S, Triana Z. Pengaruh Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *J Mutiara Ilmu Akunt.* 2023;2(1):56–66.



**Lembaga Informasi dan Publikasi**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang  
**Tanda Terima Cek Plagiasi**

Tanggal : 8/8/2025

Kode : 2679373653  
Nama : Puput Fitriani  
NIM : 202110160311546  
Prodi : Manajemen  
Judul Penelitian : Pengaruh Website Quality terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh Customer Satisfaction dan E-WOM Pada Wanita Pengguna Shopee.  
Persentase Plagiasi : 9%  
Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M

