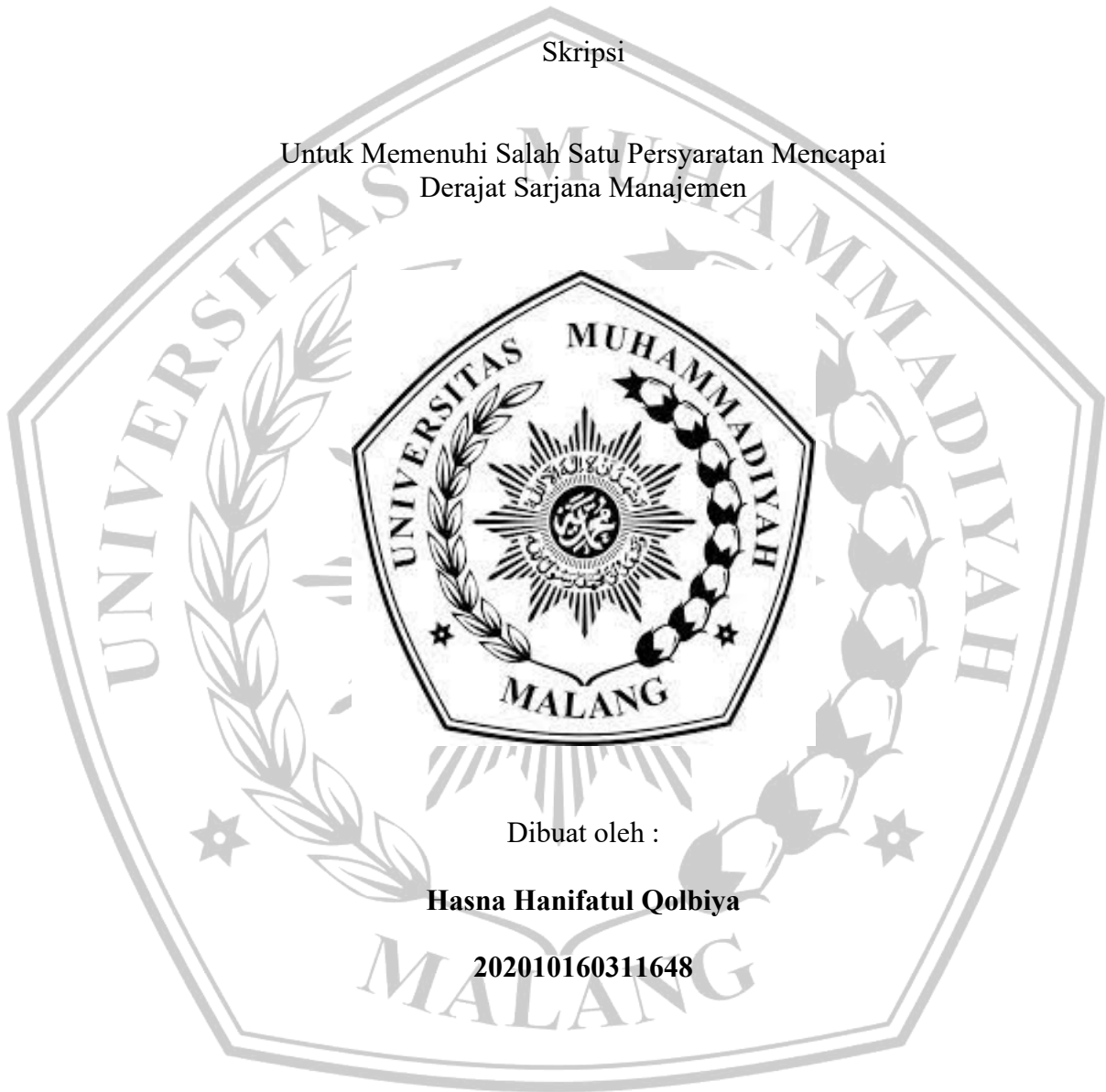


**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**
Studi Kasus Pelanggan Kereta Api
Stasiun Bandung Melalui Access By KAI

Skripsi

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Dibuat oleh :

Hasna Hanifatul Qolbiya

202010160311648

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2024**

SKRIPSI

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Pelanggan Kereta Api Stasiun Bandung Melalui Access By KAI)**

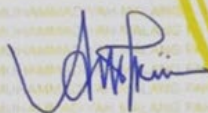
Oleh :

Hasna Hanifatul Qolbiya
202010160311648

Diterima dan disetujui
pada tanggal 19 Oktober 2024

Pembimbing I,


Pembimbing II,



Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.


Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.B.A.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,


Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.


Dr. Nurul Asfiah, M.M.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Pelanggan Kereta Api Stasiun Bandung Melalui Access By KAI)**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Hasna Hanifatul Qolbiya
NIM : 202010160311648
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 19 Oktober 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.
Pembimbing II : Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.BA.
Penguji I : Dr. Marsudi, M.M.
Penguji II : Baroya Mila Shanty, S.E., M.M.

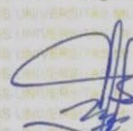
1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

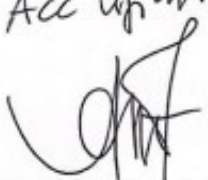
Studi Kasus Pelanggan Kereta Api Stasiun Bandung
Melalui *Access By KAI*


Malang, 30 September 2024

Telah disetujui oleh :

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Acc ujian.

(Sri Nastiti A. Dra., M.M.)


LANG
(Luqman D. Hilmi., S.E., M.BA)

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Hasna Hanifatul Qolbiya

NIM : 202010160311648

Program Studi : Manajemen

Surel : Hasnahatifatulqolbiya@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah 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, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan, 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 di kemudian 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, 20 September 2024

Yang membuat pernyataan,



Hasna Hanifatul Qolbiya

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

Hasna Hanifatul Qolbiya¹, Sri Nastiti Andharini², Luqman Dzul Hilmi³
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
E-mail : Hasnahanifatulqolbiya@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research*. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan yang telah melakukan pembelian tiket kereta api pada *Access By KAI*. Sampel yang diambil sebanyak 175 responden dengan metode *purposive sampling*. Data yang diambil merupakan data primer, yang diperoleh dari hasil kuesioner. Teknik analisis data menggunakan rentang skala dan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Adapun untuk hasil mediasi, kepuasan pelanggan memediasi pengaruh *e-service quality* terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *E-Service Quality, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan.*

**THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY
ON CUSTOMER LOYALTY
THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN
INTERVENING VARIABLE**

Hasna Hanifatul Qolbiya¹, Sri Nastiti Andharini², Luqman Dzul Hilmi³
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
E-Mail : Hasnahanifatulqolbiya@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of e-service quality on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable. This research falls under the category of quantitative research with an explanatory research approach. The population of this study consists of customers who have purchased train tickets through Access By KAI. A total sample of 175 respondents was selected using the purposive sampling method. The data taken is primary data, which is obtained from the results of the questionnaire. Data analysis techniques using scale range and SEM-PLS. The results of the study indicate that e-service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, e-service quality also has a positive and significant effect on customer satisfaction, and customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty. As for mediation result, customer satisfaction mediates the effect of e-service quality on customer loyalty.

Keywords : e-service quality, customer loyalty, customer satisfaction.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Puji Syukur yang teramat dalam saya haturkan ke hadirat Tuhan yang maha segala, atas percikan kasih, hidayah, dan Taufiq-Nya sehingga skripsi dengan ***Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pelanggan Kereta Api Stasiun Bandung Melalui Access By KAI)*** ini dapat terselesaikan dengan baik oleh penulis.

Teriring do'a, sholawat, dan salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, Rasul akhir jaman yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga doa, sholawat, dan salam juga tercurah kepada segenap keluarganya, sahabatnya, para syuhada, para ulama, dan semoga sampai kepada kita selaku umatnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan. Namun, berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan baik secara moril maupun material dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H 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 jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Sri Nastiti A. Dra., M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah berkenan meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan, arahan, dukungan, dan Solusi dengan penuh kesabaran pada setiap permasalahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Luqman D. Hilmi., S.E., M.BA selaku dosen pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan, arahan, dukungan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.

6. Chalimatuz Sa'diyah, SE., M.M., selaku Dosen Wali Manajemen kelas L Angkatan 2020, yang telah memberikan banyak arahan dan informasi selama kuliah.
7. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan banyak ilmu kepada saya selama kuliah.
8. Cinta pertama dan separuh jiwaku, Ayahanda Dedi Khaerudin Terima kasih telah percaya atas semua Keputusan yang telah penulis ambil untuk melanjutkan mimpinya. Serta cinta dan dukungan yang tanpa batas. Terima kasih selalu memberikan yang terbaik untuk penulis.
9. Pintu Surgaku, Umi Surhatini. Terima kasih atas semua do'a dan keridhoan serta atas semua cinta yang selalu umi berikan kepada penulis.
10. Kakak saya, Toriq Abdul Aziz yang selalu memberikan dukungan selama saya kuliah.
11. Adiku Azka Fadillah Mudzakir. Terima kasih telah hadir di hidup penulis dan menjadi penyemangat penulis dalam mengejar mimpi.
12. Untuk Serda Rustom Adham yang selalu menemani dan menjadi support system penulis pada hari yang tidak mudah selama pengerjaan skripsi ini. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah penulis dan selalu meluangkan waktunya untuk penulis serta senantiasa sabar menghadapi penulis. Terima kasih telah berkontribusi sangat banyak dalam penulisan skripsi ini.
13. Teman – teman Bandung, Nabila Salim, Erna sulistiani, Rian Sani, Shella, Syafira, Deputri, Rizky yang selalu menemani dan menyemangati penulis di saat suka maupun duka, mendoakan, mendukung, serta membantu penulis selama kuliah.
14. Seluruh teman – teman Manejemen L Angkatan 2020, yang memberikan do'a, serta membantu saya selama kuliah.

Untuk semua pihak tersebut, penulis hanya bisa menyampaikan rasa terima kasih dan doa yang tulus, semoga allah SWT, membalas segala kebaikan yang telah diberikan. Akhir kata, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, penulis persembahkan karya tulis kepada siapa pun yang membutuhkannya.

Penulis juga terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan karya di masa mendatang.

Malang, 20 September 2024

Penulis

Hasna Hanifatul Qolbiya

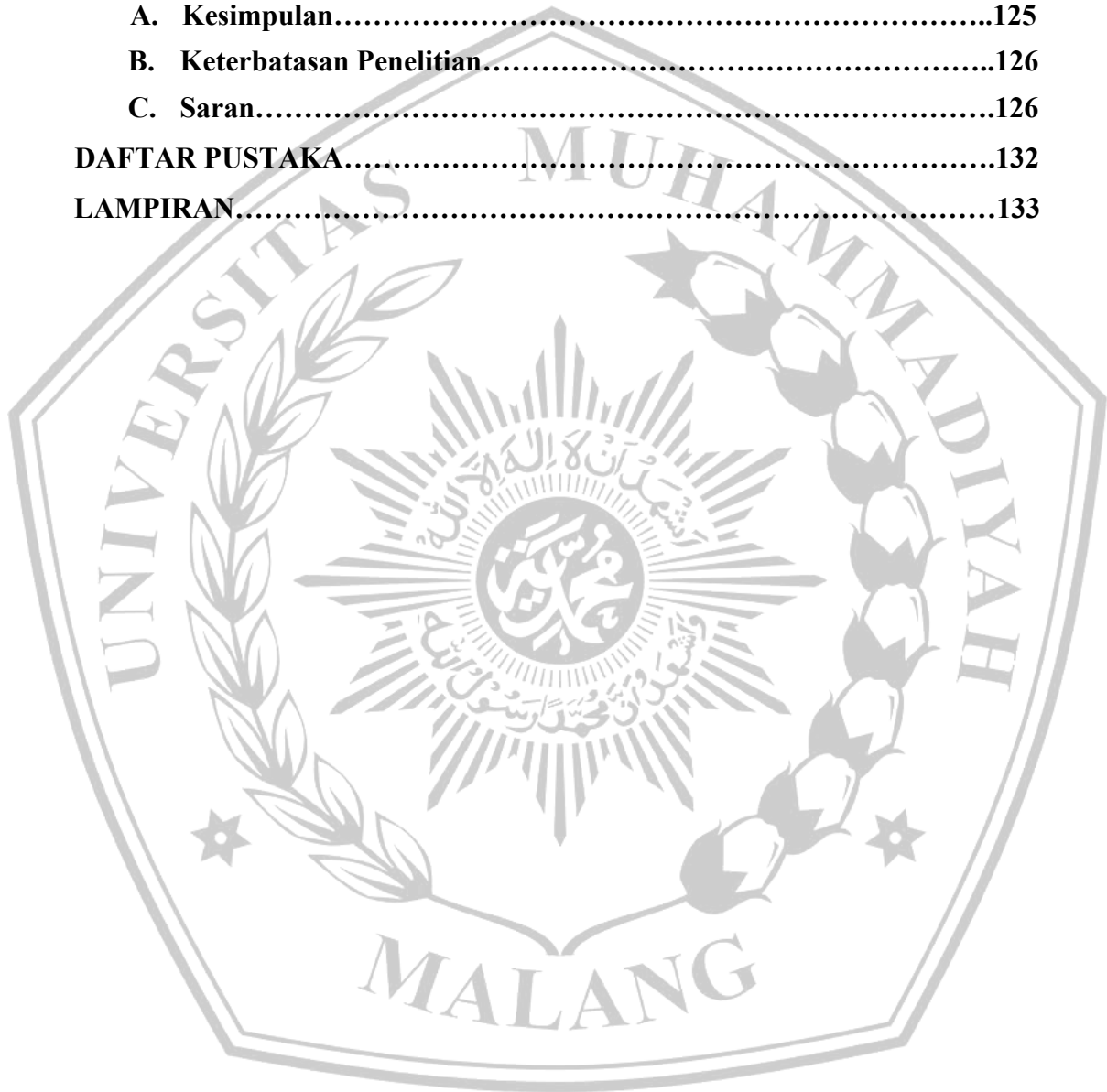


DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	16
A. Penelitian Terdahulu.....	16
B. Landasan Teori.....	22
1. Definisi loyalitas pelanggan.....	22
2. Faktor – Faktor yang mempengaruhi Loyalitas pelanggan.....	25
3. Indikator – Indikator Loyalitas Pelanggan.....	27
4. Definisi <i>E-Service Quality</i>	30
5. Tolak Ukur <i>E-Service Quality</i>	32
6. Indikator – Indikator <i>E-Service Quality</i>	34
7. Definisi Kepuasan Pelanggan.....	35
8. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	37
9. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	39
C. Kerangka Pikir.....	41
D. Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
A. Lokasi penelitian.....	47
B. Jenis Penelitian.....	47
C. Populasi , Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	48

1. Populasi.....	48
2. Sampel.....	48
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	49
E. Definisi Operasional Variabel.....	50
F. Jenis dan Sumber Data.....	54
G. Teknik pengumpulan data.....	54
H. Teknik Penskalaan.....	54
I. Pengujian Instrumen.....	55
1. Uji Validitas.....	55
2. Uji Reliabilitas.....	56
J. Teknik Analisis Data.....	57
1. Rentang Skala.....	57
K. Uji Asumsi Klasik.....	59
1. Uji Normalitas Data.....	59
2. Uji Multikolinearitas.....	60
3. Uji Heteroskedastisitas.....	60
L. Analisis Jalur.....	61
M. Uji Hipotesis.....	62
1. Uji T (Parsial).....	62
2. Uji Sobel.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	66
1. Sejarah Singkat.....	66
B. Hasil Penelitian.....	68
1. Deskripsi Hasil Penelitian.....	68
C. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	72
1. Uji Validitas.....	72
2. Uji Reliabilitas.....	74
D. Hasil Analisis Data.....	75
1. Rentang Skala.....	75
E. Uji Asumsi Klasik.....	84
1. Uji Normalitas Data.....	84
2. Uji Multikolinearitas.....	85
3. Uji Heteroskedastisitas.....	86

F. Analisis Jalur.....	87
G. Uji Hipotesis.....	93
1. Uji T.....	93
2. Uji Sobel.....	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	125
A. Kesimpulan.....	125
B. Keterbatasan Penelitian.....	126
C. Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA.....	132
LAMPIRAN.....	133



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Penilaian dan Keluhan Pelanggan di <i>Access By KAI</i>	6
Tabel 1.2.	Penilaian Variabel dan Deskripsi Penilaian.....	10
Tabel 1.3.	Presentasi Channel Eksternal untuk Pembelian Tiket Kereta Api Tahun 2021-2022 semester 1 dan 2.....	11
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1.	Definisi Operasional Variabel.....	50
Tabel 3.2.	Teknik Penskalaan.....	55
Tabel 3.3.	Rentang Skala Variabel E-Service Quality, Kepuasan pelanggan dan Loyalitas.....	58
Tabel 4.1.	Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	71
Tabel 4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	72
Tabel 4.6.	Hasil Uji Validitas.....	73
Tabel 4.7.	Hasil Uji Reliabilitas.....	75
Tabel 4.8.	Deskripsi Variabel E-Service Quality.....	76
Tabel 4.9.	Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	81
Tabel 4.10.	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	83
Tabel 4.11.	Uji Normalitas.....	85
Tabel 4.12.	Uji Multikolinearitas.....	85
Tabel 4.13.	Uji Heteroskedastisitas.....	86
Tabel 4.14.	Hasil Penelitian Tentang Pengaruh antara E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	87
Tabel 4.15.	Hasil Penelitian Tentang Pengaruh antara E-Service Quality Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	88
Tabel 4.16.	Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh total X,Z,Y.....	90
Tabel 4.17.	Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis.....	93
Tabel 4.18.	Hasil Pengujian Hipotesis Sobel.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Grafik Jumlah Penumpang Kereta Api di Indonesia Meningkat pada September tahun 2023.....	4
Gambar 2. 1. Kerangka Hipotesis.....	42
Gambar 4. 1. Model Analisis Jalur Pengaruh E-Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening.....	92
Gambar 4. 2. Hasil Nilai Z dari Uji Sobel.....	96



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	133
Lampiran 2. Hasil Jawaban Responden.....	136
Lampiran 3. Hasil Uji Instrument.....	165
Lampiran 4. Uji Reliabilitas.....	167
Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	168
Lampiran 6. Hasil Olahan Path Analisis.....	170



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S. O., Chowdhury, I. A., Yang, B., Ahmad, R. C. O., & Lokhman, H. O. (2015). Key Drivers of Customer Loyalty in Online Banking. *Annals of Management Science*, 04(01), 89–110.
- Ahmad, Z., & Harahap, I. M. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 02(01), 923–926.
- Al-dweeri, R. M., Obeidat, Z. M., Al-dwiry, M. A., Alshurideh, M. T., & Alhorani, A. M. (2017). The Impact of E-Service Quality and E-Loyalty on Online Shopping: Moderating Effect of E-Satisfaction and E-Trust. *International Journal of Marketing Studies*, 9(2), 92. <https://doi.org/10.5539/ijms.v9n2p92>
- Alexander, B. A. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Intervening Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 07(02).
- Ambarwati, D., & Dwiridotjahjono, J. (2022). Pengaruh Kualitas E-Service Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Shopee Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Surabaya. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(2), 454–466. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i2.1496>
- Amin, M. (2016). Internet banking service quality and its implication on e-customer satisfaction and e-customer loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 280–306. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2014-0139>
- APJII, I. (2023). *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). <https://teknologi.bisnis.com/read/20230308/101/1635219/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Berliana, M., & Zulestiana, D. A. (2020). Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Loyalty pada Pengguna Gopay di Indonesia. *REMIK (Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer)*, 4(2), 11. <https://doi.org/10.33395/remik.v4i2.10532>
- Bressolles, G., François, D., & Sylvain, S. (2014). A consumer typology based on e-service quality and e-satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(06), 889–896. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.07.004>
- Cindy, M. (2023). *Jumlah Penumpang Kereta di Indonesia Meningkatkan pada September 2023*. Badan Pusat Statistik (BPS).

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/02/jumlah-penumpang-kereta-di-indonesia-meningkat-pada-september-2023>

- Ciputra, W., & Prasetya, W. (2020). Analisis Pengaruh E-Service Quality, Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction, Trust, dan Customer Behavioral Intention. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(2), 109. <https://doi.org/10.37535/103001220201>
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gava Media.
- David. (2018). pengaruh e-service quality terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada transportasi online Grab. *Agora*, 06.
- Dewi, N. P. K., & Ramli, A. H. (2023). E-Service Quality, E-Trust dan E-Customer Satisfaction Pada E-Customer Loyalty dari Penggunaan E-Wallet OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.2000>
- Didiek, H. (2023). *Upgrade Aplikasi, KAI Lakukan Grand Launching Access*. Public Relations KAI. https://www.kai.id/information/full_news/5688-upgrade-aplikasi-kai-lakukan-grand-launching-access
- Fandy, T., & Gregorius, C. (2018). *Service, Quality dan Satisfaction* (04 ed.). Andi Offset.
- Fardani, N. E. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Mobile Broadband Services Telkomsel di Kota Bandung Tahun 2014. *E-Proceeding of Management*, 02(01), 1270.
- Farida, V., & Sonja, A. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(2).
- Fauzi, M. Z. , Rachma, N. , & Hufron, M. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA Pengguna Jasa Go-Jek). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 07(6).
- Felicia, L. (2017). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan. *AGORA*, 04(02).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2016). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Hansel, J. (2013). Analisis Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction yang Berdampak pada Customer Loyalty PT Bayu Buana Travel Tbk. *The Winners*, 14(2), 104. <https://doi.org/10.21512/tw.v14i2.650>

- Hanum, S., & Prasetyo, A. (2023). E-Service Quality melalui E-Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening Terhadap E-Customer Loyalty pada Lozy Hijab. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 07(02).
- Hidayat, R. F., & Sunaryo. (2018). pengaruh E-Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Aplikasi Go-Jek Di Kota Malang). *J.Llm.Mhs. FEB*, 07(01).
- Hurriyati, R. (2019). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan*. Alfabeta.
- Ilhamsyah, & Agus, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Indomaret Bagus Kuning Plaju. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 14(04).
- Irawan, H. (2015). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Alex Media Komputpindo.
- Jessica, T., & Fransisca, A. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Toko Online FRENUE.ID di Shopee. *Agora*, 10(02).
- KAI. (2020). *Survey Kepuasan Pelanggan Kereta Api Semester I Tahun 2020*. Markplus, Inc.
https://ppid.kai.id/media/konten/111_laporan_survey_kepuasan_pelanggan_2020.pdf
- KAI. (2021). *Survey kepuasan pelanggan Kereta Api Semester I Tahun 2021*. Kinis-Consulting.Com.
- KAI. (2022). *Dokumen Laporan Survey Kepuasan Pelanggan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Semester II - Tahun 2022*. Swatama Research.
https://ppid.kai.id/media/konten/111_surveykepuasan2022smster2.pdf%0A
- Keni, K., & Sandra, K. K. (2021). Prediksi Customer Exprience dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty: Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 191.
<https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.11196>
- Kotler P, . dan Kevin L., K., (2016). *Marketing Management (15 e)*. United States of America : Pearson Education.
- Kotler, P. , & Keller, K. L. (2016). A framework for marketing management . In *Pearson*.
- Lupiyoadi. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi Pert)*. Salemba Empat.
- Melinda. (2017). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pelanggan Go-Jek Melalui E-Satisfaction Pada Kategori Go-Ride. *Agora*, 05(01).
- Messakh, & Hesty, W. (2016). Pengaruh kualitas e-service terhadap loyalitas pelanggan traveloka melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Agora*, 4(1), 350–356.

- Novianti, N., Endri, E., & Darlius, D. (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 90. <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i1.006>
- Nurafifa, I. A., Tulhusnah, L., & Pramesthi, R. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Toko Online Lakustore.NH di SituBondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(5), 944. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i5.3508>
- Oliver, R. (1999). Whence Consumer Loyalty. *Journal of Marketing*, volume(33–44).
- Perwira Taufan, B., Yulianto, E., & Kumadji, S. (2016). Pengaruh E-Service Quality dan Perceived value terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (survei pada mahasiswa S1 Universitas Brawijaya yang melakukan transaksi pembelian online dengan Mobile Aplikasi TokoPedia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 38(02).
- Purwati, M., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna E-Commerce Bukalapak). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 310–320. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34754>
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, 10(1). <https://doi.org/10.52353/ama.v10i1.147>
- Rafliansyah, & Triwardhani, D. (2024). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Spotify Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 06(01), 139–150.
- Rahmawati, D. (2013). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Review Business and Economics Studies*, 09(01). <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/economia.v9i1.1376>
- Rayesha, P. B., & Erni, M. (2021). Pengaruh E-service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Transportasi Online Gojek. *E-Proceeding of Management*, 08(04).
- Rufina, P., Syarifah, H., & Herning, I. (2021). Pengaruh Service Quality, E-Trust Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Konsumen. *SKETSA BISNIS*, 8(2), 123–134. <https://doi.org/10.35891/jsb.v8i2.2632>
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, A. H. P., Manuhutu, M., Sudarso, A., & Arif, N. F. (2020). *Pemasaran Digital Dan Perilaku Konsumen* (Rikki, Ed.). Yayasan Kita Menulis.

- Sang A, . N., S., Komang A, . S., W., Putu D, . Y., & Renny S, . (2023). Transformasi Digital Inovasi Pelayanan Publik Aplikasi JAKI dalam Mewujudkan Smart Governance di DKI Jakarta. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (JIAP)*, 09(2302–2698), 198–208.
- Santika, I. W., & Pramudana, K. A. S. (2018). Peran Mediasi E-Satisfaction Pada Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Situs Online Travel Di Bali. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(3), 278–289. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i3.35>
- Saragih, M. G., & Astuti, D. (2021). Analisis E-Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 219–225. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i1.1123>
- Sari, A. C. M., & Lestariningsih, M. (2021). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Aplikasi Shoppe (Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(05).
- Setiawan, H., & Novita, D. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi KAI Access Sebagai Media Pemesanan Tiket Kereta Api Menggunakan Metode EUCS. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 2(2), 162–175. <https://doi.org/10.35957/jtsi.v2i2.1375>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- T. Prasetyo, H. A. (2017). Peningkatan higiene sanitasi sebagai upaya menjaga kualitas makanan dan kepuasan pelanggan di Rumah Makan Dhamar Palembang. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 08(01).
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa* (D. Anastasia, Ed.). Andi.
- Tri, A., Juang, J., & Widodo, T. (2022). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Loyalty melalui E-Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Tiket.com. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 133. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v13i1.5092>
- Triani, R. A., & Yenita, Y. (2023). Investigasi Loyalitas Penumpang Kereta Api Pengguna KAI Acces. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 7(2), 105–112. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v7i2.15369>
- Valarie, Z., Alan, W., Mary, J. B., & Gremler, D. D. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (6 th ed). McGraw-Hill.
- Widanar, W. P., Deccasari, D. D., & Putra, D. H. (2023). pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan yang di Moderasi Variabel Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek di Kota Malang). *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(2), 378–384. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i02.1001>

- Widjoyo, S., Hatane, S., Rizky, K., & Brahmana. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 02(01), 1–9.
- Wungkana, F. A. , & Santoso, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Kecantikan Sociolla. *Agora*, 09(2).
- Yaqin, A., & Ilfitriah, A. M. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 4(2), 245. <https://doi.org/10.14414/jbb.v4i2.375>
- Yudha, E. P. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi* [Muhammadiyah Malang]. <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/916>





Lembaga Informasi dan Publikasi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang

Tanda Terima Cek Plagiasi

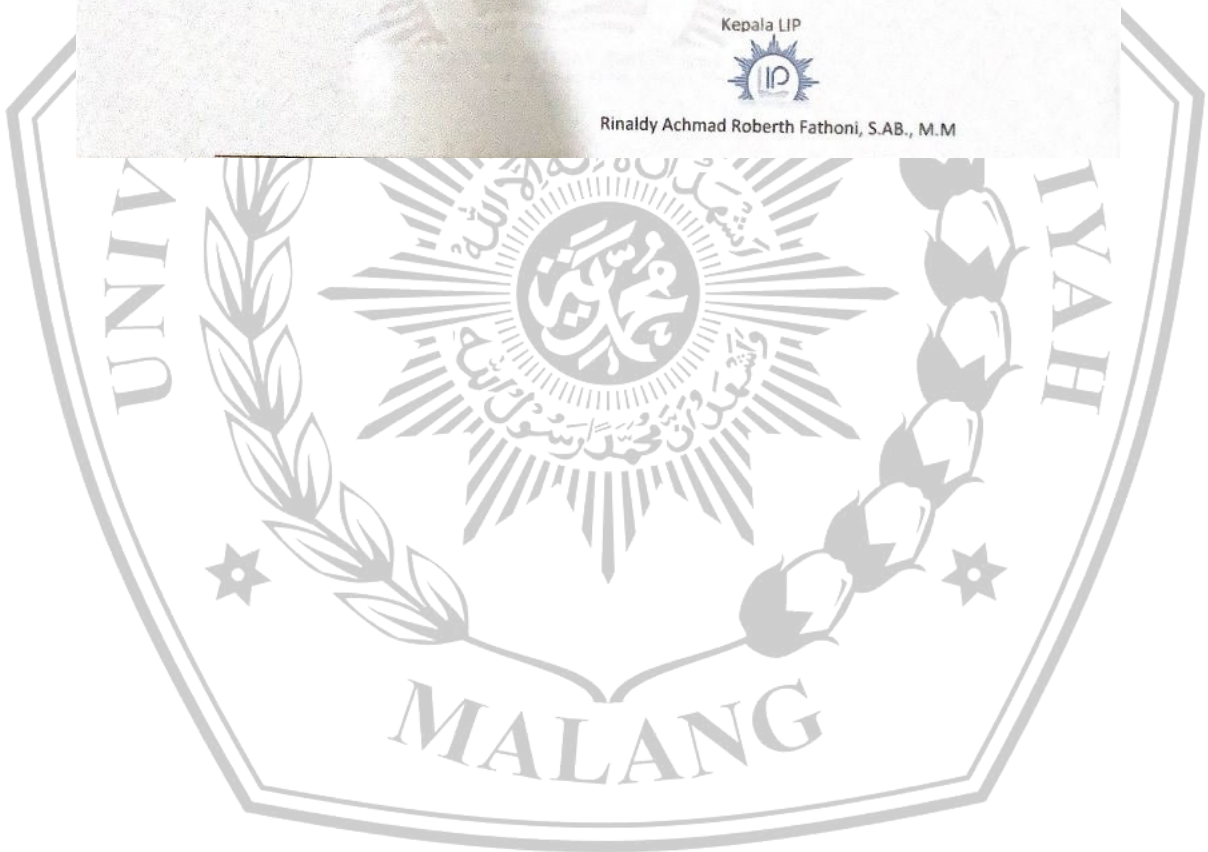
Tanggal : 30/9/2024

Kode : 2436455752
Nama : Hasna Hanifatul Qolbiya
NIM : 202010160311648
Prodi : Manajemen
Naskah publikasi : **LULUS**
Penerjemah Abstrak : Selesai

Kepala LIP

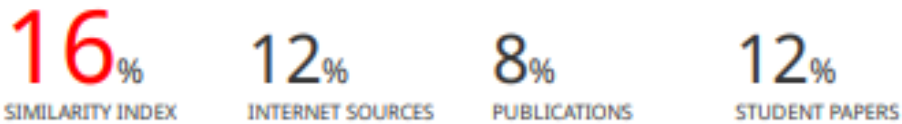


Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M



PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

1	Submitted to University of Muhammadiyah Malang Student Paper	3%
2	Submitted to Unika Soegijapranata Student Paper	2%
3	repository.upi.edu Internet Source	1%
4	www.researchgate.net Internet Source	1%
5	journal.arimbi.or.id Internet Source	1%
6	eprints.umm.ac.id Internet Source	1%
7	media.neliti.com Internet Source	1%
8	123dok.com Internet Source	1%
9	Submitted to Keimyung University Student Paper	1%

21	Submitted to Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta <small>Student Paper</small>	<1 %
22	www.scribd.com <small>Internet Source</small>	<1 %
23	eprints.unpak.ac.id <small>Internet Source</small>	<1 %
24	core.ac.uk <small>Internet Source</small>	<1 %
25	m.tribunnews.com <small>Internet Source</small>	<1 %
26	pt.scribd.com <small>Internet Source</small>	<1 %
27	www.journal.steamkop.ac.id <small>Internet Source</small>	<1 %
28	Yunika Rahmi Fitri, Siti Quratul Ain. "Pengaruh Reward dan Punishment Terhadap Motivasi Belajar Siswa Kelas IV Sekolah Dasar", Scaffolding: Jurnal Pendidikan Islam dan Multikulturalisme, 2022 <small>Publication</small>	<1 %
29	Hurriyati Ratih, Tjahjono Benny, GafarAbdullah Ade, Sulastri, Lisnawati. "Advances in Business, Management and Entrepreneurship", CRC Press, 2020 <small>Publication</small>	<1 %

