

HALAMAN MOTTO

“Jangan menyerah hanya karena proses terasa berat, sebab keberhasilan sering datang kepada mereka yang bertahan lebih lama.” (Penulis)

“Potensi akan menjadi kekuatan ketika disertai keberanian untuk mencoba dan konsistensi untuk bertahan.” (Penulis)

“Hidup yang bernilai bukan tentang seberapa tinggi kita berdiri, tetapi seberapa besar manfaat yang bisa kita berikan.” (Penulis)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim. Dengan menyebut nama Allah Subhanahu wata'ala, yang maha pengasih lagi maha penyayang. Segala puji hanyalah milik Allah Subhanahu wata'ala yang menguasai seluruh alam. Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada junjungan sekaligus suri tauladan kita Nabi Muhammad Shollallohu 'alaihi wasallam, keluarganya, para sahabatnya, dan semua pengikutnya hingga hari kiamat. Mari kita panjatkan puji syukur ke hadirat Allah Subhanahu wata'ala, yang telah memberikan rahmat, hidayah, keberkahan, kenikmatan, dan pertolongan-Nya dalam setiap langkah perjalanan hidup ini.

Karya ini saya persembahkan dan ungkapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Kedua orangtua tercinta Bapak Karsono dan Ibu Mini Astuti (rahimahumullah).
2. Suami tersayang Nanang Ismail Raharjo yang setia mendampingi dan selalu memberikan dukungan serta senantiasa mendoakan yang terbaik.
3. Anak-anak tersayang: Abdurrahman, Khonsa Alesha, Salman Archer, dan Athallah Ramadhan yang selalu menjadi penyemangat dalam hidup saya.
4. Bapak Ibu mertua Bapak Basuki Abdurrahman dan Ibu Siti Sudiasih (rahimahumullah), dan keluarga besar tercinta yang telah mendoakan dan memberikan dukungan.
5. Semua rekan-rekan Program Studi Magister Manajemen UPB atas kebersamaan dan sharing ilmu yang luar biasa.
6. Manajemen dan karyawan CV Brainy Kids Indonesia yang telah banyak

memberikan dukungan dan bantuan.

7. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam menyelesaikan penyusunan tesis ini.



ABSTRAKSI

Loyalitas pelanggan merupakan kunci dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan dan pertumbuhan jangka panjang. Loyalitas juga dapat dibangun melalui pengalaman positif konsumen terhadap produk atau layanan, serta komunikasi yang efektif dengan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-customer loyalty* dengan *e-customer satisfaction* sebagai variabel mediasi. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 mitra Brainy Kids Indonesia. Analisis data menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Squares* (PLS) melalui program SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *E-Customer Satisfaction*; (2) *E-Trust* berpengaruh signifikan terhadap *E-Customer Satisfaction*; (3) *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *E-Customer Loyalty*; (4) *E-Trust* berpengaruh signifikan terhadap *E-Customer Loyalty*; (5) *E-Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *E-Customer Loyalty*; (6) *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *E-Customer Loyalty* melalui *E-Customer Satisfaction*; dan (7) *E-Trust* berpengaruh signifikan terhadap *E-Customer Loyalty* melalui *E-Customer Satisfaction*.

Kata Kunci: *E-service quality, E-trust, E-customer satisfaction, E-customer loyalty, SEM-PLS*



ABSTRACT

Customer loyalty is key to increasing a company's profitability and long-term growth. He also mentioned that loyalty can be built through a positive consumer experience with a product or service, as well as effective communication with consumers. This study aims to examine and evaluate the influence of e-service quality and e-trust towards e-customer loyalty with e-customer satisfaction as a mediating variable. Data collection was carried out through questionnaires distributed to 100 partners of Brainy Kids Indonesia. Structural equation modelling (SEM) using the SmartPLS 3 (Partial Least Squares) program is used for analysis. The study's findings reveal the following: E-Service Quality has significant impact on E-Customer Satisfaction, E-Trust has significant impact on E-Customer Satisfaction, E-Service Quality has significant impact on E-Customer Loyalty, E-Trust has significant impact on E-Customer Loyalty, E-Customer Satisfaction has significant impact on E-Customer Loyalty, E-Service Quality has significant impact on E-Customer Loyalty through E-Customer Satisfaction, and E-Trust has significant impact on E-Customer Loyalty through E-Customer Satisfaction).

Keywords: *E-service quality, E-trust, E-customer satisfaction, E-customer loyalty, SEM-PLS*



KATA PENGANTAR

Bismillāhir-rahmānir-raḥīm.

Alhamdulillah rabbil'alam, segala puji hanya bagi Allah Subhanahu wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan pertolongan-Nya sehingga tesis dengan judul “Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Customer Loyalty pada Mitra Brainy Kids Indonesia dengan E-Customer Satisfaction sebagai Variabel Mediasi” ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad Shallallahu ‘alaihi wasallam, yang merupakan suri teladan sejati bagi kita semua pengikutnya.

Tujuan dari penyusunan tesis ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Magister Manajemen dari Universitas Putra Bangsa, Kebumen. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan yang dimiliki. Namun, besar harapan penulis semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat yang berarti, khususnya bagi dunia pendidikan.

Dalam proses penyusunan tesis ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada:

1. Allah Subhanahu wa Ta'ala, yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, serta pertolongan-Nya sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Putra Bangsa, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut

ilmu di Universitas Putra Bangsa, Kebumen.

3. Bapak Dr. Sulis Riptiono, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Bangsa, yang senantiasa memberikan pengarahan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Putra Bangsa, Kebumen.
4. Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, motivasi, dan bimbingan yang sangat berharga sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Segenap dosen dan sivitas akademika Program Studi Magister Manajemen Universitas Putra Bangsa, Kebumen, yang telah membekali ilmu pengetahuan dan banyak membantu penulis selama masa perkuliahan.
6. Direktur dan segenap manajemen Brainy Kids Indonesia, yang telah memberikan izin serta fasilitas kepada penulis untuk melaksanakan penelitian.
7. Seluruh mitra Brainy Kids Indonesia, yang telah bersedia menjadi responden serta meluangkan waktu di sela kesibukannya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu yang tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Teriring doa semoga Allah Subhanahu wa Ta'ala memberikan balasan yang melimpah atas kebaikan yang telah diberikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini masih memiliki kekurangan di dalam penyusunannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan karya ini di masa mendatang. Akhir

kata, semoga tesis ini dapat membawa manfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Kebumen, 9 Mei 2026

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Tinjauan Teori.....	15
2.1.1 E-Loyalty.....	15
2.1.2 E-Customer Satisfaction.....	17

2.1.3 E-Service Quality	19
2.1.4 E-Trust.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Hubungan Antar Variabel	30
2.4 Model Empiris	36
2.5 Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	38
3.1.1 Variabel Penelitian	38
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.3 Instrumen Penelitian	40
3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data	42
3.4.1 Data.....	42
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	42
3.5 Populasi dan Sampel.....	43
3.6 Teknik Analisis Data.....	44
3.6.1 Inner model atau pengembangan model berbasis teori	45
3.6.2 Path Diagram atau pengembangan diagram alur	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Hasil Penelitian	50
4.1.1 Deskripsi Identitas Responden	50
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	53
4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	61

4.1.4 Analisis Data	65
4.2 Pembahasan.....	73
BAB V SIMPULAN	83
5.1 Simpulan	83
5.2 Keterbatasan.....	84
5.3 Implikasi	85
DAFTAR PUSTAKA	89



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Mitra Perpanjangan Dan Tidak Perpanjang 2022-2024	6
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel III- 1 Definisi Operasional Variabel	39
Tabel IV- 1 Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel IV- 2 Identifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel IV- 3 Identifikasi Responden Berdasarkan Lama Bergabung	52
Tabel IV- 4 Persepsi Responden Terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	54
Tabel IV- 5 Persepsi Responden Terhadap Variabel <i>E-Customer Satisfaction</i>	56
Tabel IV- 6 Persepsi Responden Terhadap Variabel <i>E-Service Quality</i>	58
Tabel IV- 7 Persepsi Responden Terhadap Variabel <i>E-Trust</i>	59
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	61
Tabel IV- 9 Nilai <i>Fornell-Lacker Criterion</i>	63
Tabel IV- 10 Nilai loading silang (<i>cross loading</i>)	64
Tabel IV- 11 Nilai <i>Composite Reliability</i>	65
Tabel IV- 12 Hasil Pengujian <i>R Square</i>	67
Tabel IV- 13 <i>Predictive Relevance</i>	68
Tabel IV- 14 Pengujian Hipotesis	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Empiris.....	36
Gambar 4. 1 Full Model Penelitian	66
Gambar 4. 2 Predictive Relevance	68
Gambar 4. 3 Pengujian Hipotesis.....	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian	93
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	96
Lampiran 3 Hasil Olah Data	101

