

HALAMAN MOTTO

“Lelah boleh singgah, tapi menyerah bukan pilihan bagi jiwa yang telah berjuang
sejauh ini”

“Make a dream but just be a dreamer”

(did_nt)

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Maka sesungguhnya, bersama kesulitan ada kemudahan”
(QS.Al-Insyirah:5)



HALAMAN PERSEMBAHAN

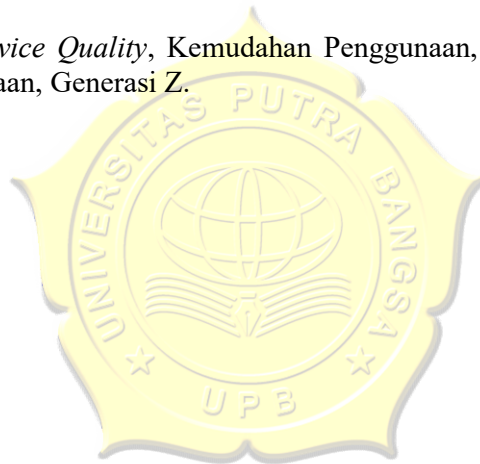
Karya tulis ini saya persembahkan sebagai wujud tanda kasih dan syukur kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa memberikan kemudahan, kesehatan, dan petunjuk di setiap jalan buntu yang saya hadapi selama penyusunan skripsi ini.
2. Bapak dan Ibu tercinta, sumber motivasi terbesar dalam hidup saya. Terima kasih atas doa yang tulus, kepercayaan yang tak pernah luntur, dan kasih sayang yang menjadi bahan bakar utama saya untuk menyelesaikan studi ini.
3. Teman dekat, seseorang yang selalu ada di garis terdepan untuk memberikan semangat, mendengarkan segala keluhan, dan meyakinkan saya bahwa saya mampu menyelesaikannya.
4. Seluruh teman kelas MJRAK2, terima kasih atas kebersamaan, bantuan, dan cerita indah yang kita ukir bersama dari awal semester hingga akhir perjuangan ini.
5. Diri saya sendiri, terima kasih atas kerja keras, air mata, dan konsistensi yang telah kamu tunjukkan. Terima kasih telah berjuang dengan sangat baik.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *E-Service Quality* dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan aplikasi Shopee pada Generasi Z di Kabupaten Cilacap, dengan Kepuasan Pengguna sebagai variabel mediasi. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *E-Service Quality* dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna; (2) Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan, sedangkan *E-Service Quality* tidak berpengaruh langsung terhadap Keputusan Penggunaan; (3) Kepuasan Pengguna berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan; (4) Kepuasan Pengguna terbukti memediasi pengaruh *E-Service Quality* (secara penuh) dan Kemudahan Penggunaan (secara sebagian) terhadap Keputusan Penggunaan.

Kata Kunci: *E-Service Quality*, Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Pengguna, Keputusan Penggunaan, Generasi Z.



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of E-Service Quality and Ease of Use on the decision to use the Shopee app among Generation Z in Cilacap Regency, with User Satisfaction serving as the mediating variable. The research approach used is quantitative with an associative method. The research sample consisted of 100 respondents selected through purposive sampling. Data analysis was conducted using path analysis with the assistance of SPSS software. The results of the study indicate that: (1) E-Service Quality and Usability have a significant effect on User Satisfaction; (2) Usability has a significant effect on the Decision to Use, whereas E-Service Quality does not have a direct effect on the Decision to Use; (3) User Satisfaction has a significant effect on the Decision to Use; (4) User Satisfaction was found to mediate the effects of E-Service Quality (fully) and Usability (partially) on Usage Decision.

Keywords: *E-Service Quality, Usability, User Satisfaction, Usage Decision, Generation Z.*



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen di Universitas Putra Bangsa.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Putra Bangsa.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.
3. Ibu Ika Susilowati, S.Pd., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi.
4. Seluruh dosen, karyawan, dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa.
5. Seluruh responden, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan data dan informasi berharga demi kelancaran penelitian ini.
6. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan semangat baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Kebumen, 15 Juni 2026
Penulis,

Dinda Rizki Amalia
NIM. 225505007



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Masalah	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
BAB II	16
KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Tinjauan Teori	16
2.1.1 Keputusan Penggunaan	16

2.1.2	Kepuasan Pengguna	21
2.1.3	<i>E-Service Quality</i>	27
2.1.4	Kemudahan Penggunaan Aplikasi.....	31
2.2	Penelitian Terdahulu.....	34
2.3	Hubungan Antar Variabel	36
2.3.1	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pengguna.....	36
2.3.2	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna .	36
2.3.3	Pengaruh Kepuasan Pengguna Terhadap Keputusan Penggunaan....	37
2.3.4	Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Melalui Kepuasan Pengguna	38
2.3.5	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Melalui Kepuasan Pengguna	38
2.4	Model Empiris.....	39
2.5	Hipotesis.....	39
BAB III		41
METODE PENELITIAN		41
3.1	Objek dan Subjek Penelitian.....	41
3.1.1	Objek Penelitian.....	41
3.1.2	Subjek Penelitian.....	41
3.2	Variabel Penelitian	41
3.3	Definisi Operasional Variabel	44
3.4	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	47
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data	49
3.5.1	Jenis Data	49
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	50

3.6	Populasi dan Sampel	51
3.6.1	Populasi	51
3.6.2	Sampel	52
3.7	Teknik Analisis	54
3.7.1	Analisis Deskriptif	55
3.7.2	Analisis Statistik	55
BAB IV		68
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		68
4.1	Analisis Deskriptif	68
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	68
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	69
4.1.3	Profil Responden	71
4.2	Analisis Statistik	76
4.2.1	Uji Validitas	76
4.2.2	Uji Reliabilitas	80
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	81
4.2.4	Uji Hipotesis	85
4.2.5	Analisis Korelasi	90
4.2.6	Analisis Jalur	91
4.2.7	Diagram Jalur	97
4.2.8	Uji Sobel Test	99
4.3	Pembahasan	100
BAB V		107
SIMPULAN		107
5.1	Simpulan	107

5.2	Keterbatasan.....	108
5.3	Implikasi.....	110
5.3.1	Implikasi Praktis	110
5.3.2	Implikasi Teoritis.....	111
DAFTAR PUSTAKA		113
LAMPIRAN.....		117



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Top Brand Index Shopee	6
Tabel I- 2 Data Hasil Mini Observasi Tentang Aplikasi Belanja Online yang banyak digunakan oleh Gen Z di Kabupaten Cilacap.....	9
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Kuesioner <i>E-Service Quality</i>	45
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Kemudahan Penggunaan	45
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Kepuasan Pengguna	46
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Keputusan Penggunaan	47
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	72
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	73
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	73
Tabel IV- 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	74
Tabel IV- 6 Pengguna Aktif Shopee 3 Bulan Terakhir	75
Tabel IV- 7 Frekuensi Penggunaan	75
Tabel IV- 8 Metode Pembayaran.....	76
Tabel IV- 9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-Service Quality</i>	77
Tabel IV- 10 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan	78
Tabel IV- 11 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengguna.....	79
Tabel IV- 12 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan	79
Tabel IV- 13 Hasil Uji Reliabilitas	80
Tabel IV- 14 Hasil Uji Multikolinearitas Substruktural I.....	83
Tabel IV- 15 Hasil Uji Multikolinearitas Substruktural II	83
Tabel IV- 16 Hasil Uji Parsial Substruktural I	86
Tabel IV- 17 Hasil Uji Parsial Substruktural II	87
Tabel IV- 18 Hasil Uji Parsial Substruktural I dan II	88
Tabel IV- 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural I	89
Tabel IV- 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural II.....	90
Tabel IV- 21 Klasifikasi Besaran Korelasi.....	90

Tabel IV- 22 Hasil Uji Korelasi.....	91
Tabel IV- 23 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural I.....	92
Tabel IV- 24 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural II.....	94
Tabel IV- 25 Hasil Uji Sobel Substrukturan I	99
Tabel IV- 26 Hasil Uji Sobel Substrukturan II	99



DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1 Data Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia (2018-2027)	2
Gambar I- 2 Jumlah Kunjungan ke Situs E-Commerce Indonesia (Maret-April 2025)	4
Gambar II- 1 Model Empiris.....	39
Gambar IV- 1 Hasil Uji Normalitas P-Plot Substruktural I	81
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas P-Plot Substruktural II	82
Gambar IV- 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot Substruktural I	84
Gambar IV- 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot Substruktural II.....	85
Gambar IV- 5 Diagram Jalur.....	98



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	118
Lampiran 2 Data Responden.....	123
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden	127
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	131
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	133
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	134
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	137
Lampiran 8 Hasil Analisis Korelasi	139
Lampiran 9 Hasil Analisis Jalur	140
Lampiran 10 Hasil Sobel Test.....	142
Lampiran 11 R Tabel.....	143
Lampiran 12 T Tabel	144
Lampiran 13 Kartu Konsultasi Skripsi.....	145
Lampiran 14 Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal Skripsi	146

