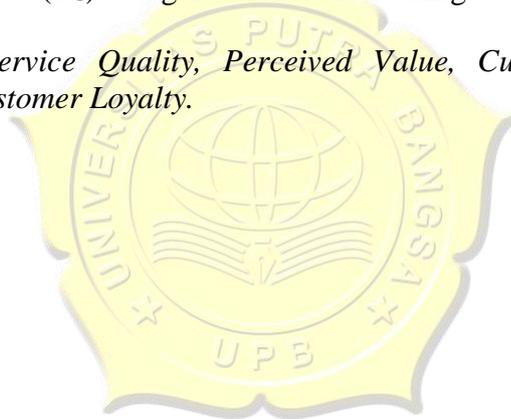


ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh *e-service quality*, *perceived value*, dan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada pengguna MyTelkomsel di Kabupaten Kebumen. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan *non probability sampling*, sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Hipotesis diuji dengan bantuan SPSS 29 for windows. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa: (1) *E-Service Quality* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* (Y_1); (2) *Perceived Value* (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* (Y_1); *E-Service Quality* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* (Y_2); *Perceived Value* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* (Y_2); *E-Service Quality* (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Loyalty* (Y_2) dengan *Customer Satisfaction* (Y_1) sebagai variabel intervening. *Perceived Value* (X_2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Loyalty* (Y_2) dengan *Customer Satisfaction* (Y_1) sebagai variabel intervening.

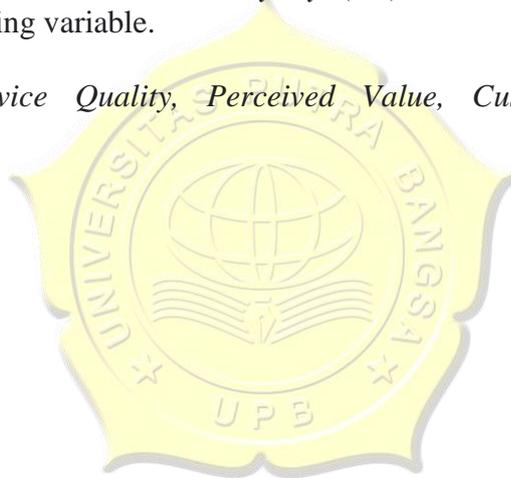
Kata Kunci: *E-Service Quality*, *Perceived Value*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*.



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of electronic *service quality*, *perceived value*, and *customer satisfaction* on *customer loyalty* of MyTelkomsel users in Kebumen Regency. Data collection was carried out using non-probability sampling, with a sample size of 100 respondents. Hypotheses were tested using SPSS 29 for Windows. The method used in this research is quantitative using path analysis. The results of this research are as prove that: (1) *E-Service Quality* (X1) has a significant influence on *Customer Satisfaction* (Y1); (2) *Perceived Value* (X2) does not have a significant influence on *Customer Satisfaction* (Y1); (3) *E-Service Quality* (X1) has a significant influence on *Customer Loyalty* (Y2); (4) *Perceived Value* (X2) has a significant influence on *Customer Loyalty* (Y2); (5) *E-Service Quality* (X1) has a significant influence on *Customer Loyalty* (Y2) with *Customer Satisfaction* (Y1) as an intervening variable. *Perceived Value* (X2) does not have a significant influence on *Customer Loyalty* (Y2) with *Customer Satisfaction* (Y1) as an intervening variable.

Keywords: *E-Service Quality*, *Perceived Value*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*.



HALAMAN MOTTO

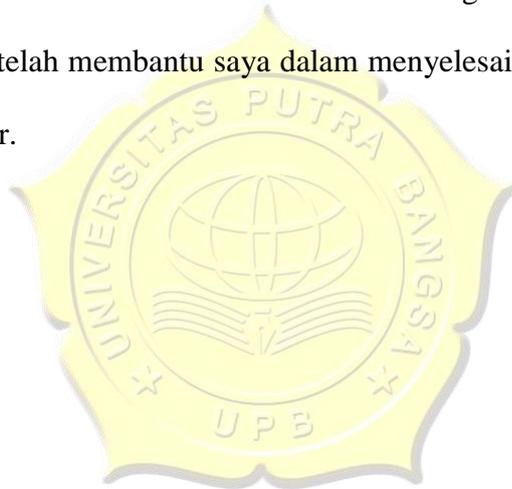
“Bila Anda tidak menemukan cahaya, jadilah cahaya untuk orang-orang di sekitar Anda.”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Bapak & ibu, terima kasih atas limpahan doa dan kasih sayang yang tak terhingga dan selalu memberikan yang terbaik.
2. Teman-teman yang selalu mendukung saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Semua civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen dan semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi dari awal sampai akhir.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala anugerah, nikmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *E-Service Quality* dan *Perceived Value* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna MyTelkomsel di Kabupaten Kebumen)” dengan baik, yang dimaksud untuk memenuhi sebagian persyaratan guna menyelesaikan program sarjana (S1) pada Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang telah didapat dan dipelajari pada bangku perkuliahan dengan realita kehidupan nyata, khususnya dalam bidang penelitian ilmiah dalam marketing. penulis telah menyusun skripsi dengan mengerahkan segenap kemampuan, menganalisis berdasarkan teori, serta bantuan beberapa literature. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan yang perlu diperbaiki, hal ini karena masih terbatasnya ilmu pengetahuan yang penulis miliki.

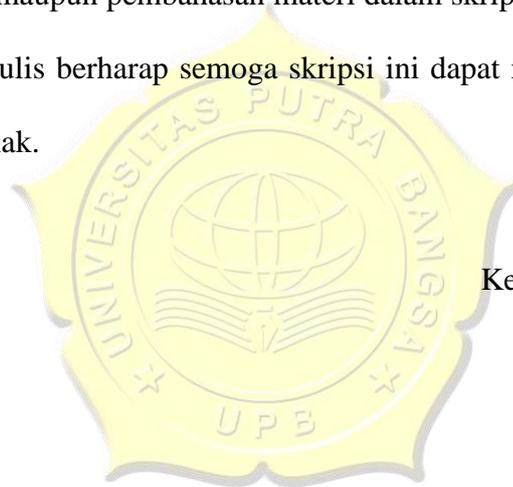
Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini khususnya kepada :

1. Kedua orang tua yang telah mendukung dan memotivasi dalam penyusunan skripsi ini.
2. Dosen pembimbing Bapak Dr. Gunarso Wiwoho S.E.,M.M yang telah

memberi arahan dan bimbingan dengan sabar sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

3. Segenap civitas akademik Universitas Putra Bangsa, dosen, staf, dan karyawan serta seluruh mahasiswa.
4. Segenap responden dalam penelitian ini.
5. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari baik dalam pemilihan kata-kata, pengungkapan dan penyajian maupun pembahasan materi dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.



Kebumen, 4 April 2024

Riska Yuliana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Batasan Masalah.....	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	16
1.5. Manfaat Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
2.1. Tinjauan Teori	18
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	18
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.1.3 <i>E-Service Quality</i>	25
2.1.4 <i>Perceived Value</i>	29
2.2. Penelitian Terdahulu.....	30
2.3. Hubungan Antar Variabel	38

2.4	Model Empiris	44
2.5	Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN		46
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	46
3.2.	Variabel Penelitian	46
3.3.	Definisi Operasional Variabel	47
3.4	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	50
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6	Populasi	55
3.6.1	Populasi.....	55
3.6.2	Sampel	56
3.7	Teknik Analisis.....	58
3.7.1	Analisis deskriptif.....	58
3.7.2	Analisis Kuantitatif.....	58
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		71
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	71
4.2	Analisis Deskriptif	72
4.2.1	Responden Berdasarkan Alamat	73
4.2.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
4.2.3	Responden Berdasarkan Usia	75
4.2.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	76
4.2.5	Responden Berdasarkan Pendapatan	77
4.3	Analisis Kuantitatif	78
4.3.1	Uji Validitas	78
4.3.2	Uji Reliabilitas	82
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	82
4.5	Uji Hipotesis	88
4.6	Analisis Korelasi	94
4.7	Analisis Jalur.....	95
4.8	Pembahasan.....	104
BAB V PENUTUP		112

5.1 Simpulan	112
5.2 Keterbatasan	114
5.3 Implikasi	114
5.3.1 Implikasi Praktis	114
5.3.2 Implikasi Teoritis	116
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Data Pengguna Operator Seluler di Indonesia tahun 2023.....	4
Tabel I-2 Peringkat Rating Aplikasi Operator Seluler Tahun 2023.....	6
Tabel I-3 Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pengguna MyTelkomsel di Kabupaten Kebumen.....	8
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Kuisioner Variabel <i>Customer Loyalty</i>	48
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Kuisioner Variabel <i>Customer Satisfaction</i> ..	49
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Kuisioner Variabel <i>E-Service Quality</i>	50
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Perceived Value</i>	51
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	73
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	75
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	76
Tabel IV-5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	77
Tabel IV-6 Uji Validitas Variabel <i>E-Service Quality</i>	79
Tabel IV-7 Uji Validitas Variabel <i>Perceived Value</i>	80
Tabel IV-8 Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	80
Tabel IV-9 Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i>	81
Tabel IV-10 Uji Reliabilitas	82
Tabel IV-11 Hasil Uji Multikolonieritas Substruktural I.....	85
Tabel IV-12 Hasil Uji Multikolonieritas Substruktural II.....	85
Tabel IV-13 Hasil Uji Parsial Substruktural I.....	89
Tabel IV-14 Hasil Uji Parsial Substruktural II	90
Tabel IV-15 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural I	92
Tabel IV-16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural II	93
Tabel IV-17 Hasil Uji Korelasi	94
Tabel IV-18 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural I	96
Tabel IV-19 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural II.....	97
Tabel IV-20 Hasil Uji Sobel Substruktural I.....	102

Tabel IV-21 Hasil Uji Sobel Substruktural II102



DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Model Empiris.....	44
Gambar IV-1 Hasil Uji Normalitas Substruktural I.....	83
Gambar IV-2 Hasil Uji Normalitas Substruktural II.....	84
Gambar IV-3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural I.....	86
Gambar IV-4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural II.....	87
Gambar IV-5 Diagram Jalur.....	103



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuisisioner
- Lampiran 2 Tabulasi Data
- Lampiran 3 Daftar Data Responden
- Lampiran 4 Uji Validitas
- Lampiran 5 Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 Uji Normalitas
- Lampiran 7 Uji Multikolinieritas
- Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 9 Analisis Jalur
- Lampiran 10 Uji Korelasi
- Lampiran 11 Sobel Test
- Lampiran 12 Tabel r
- Lampiran 13 Tabel T
- Lampiran 14 Kartu Konsultasi Skripsi
- Lampiran 15 Kartu Seminar Proposal

