



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *PERCEIVED EASE OF USE* DAN
BRAND TRUST TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(STUDI PADA KONSUMEN PIZZA HUT DELIVERY PEKALONGAN)**

SKRIPSI

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata-1
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

Universitas Diponegoro

Penyusun:

Naela Nurul Izzah

14020217120003

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG**

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul skripsi : Pengaruh E-Service Quality, Perceived Ease of Use dan Brand Trust terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada konsumen Pizza Hut Delivery Pekalongan)

Nama penyusun : Naela Nurul Izzah

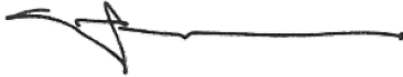
NIM : 14020217120003

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 31 Januari 2022

Dekan




Dr.Drs Hardi Warsono,M.TP
NIP. 19640827 199001 1 001

Wakil Dekan I





Dr.Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin
NIP. 196908221994031003


Dosen Pembimbing

Agung Budiarmo, S.Sos., M.M. (.....)

Dosen Penguji

Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB (.....)

Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos M.Si. (.....)

Agung Budiarmo, S.Sos., M.M. (.....)

MOTTO

“Do your best and let God do the rest”

– Ben Carson

PERSEMBAHAN

Puji Syukur ke hadirat Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT, atas segala rahmat, hidayat, dan penyertaan-Nya yang tidak pernah ada habisnya.
2. Bapak dan Ibu saya untuk setiap doa, dukungan moril dan materiil, hingga kesabaran dalam menunggu saya menyelesaikan studi ini. Terimakasih sudah menjadi alasan untuk selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Adik-adik saya tercinta Fifi dan Sasa, yang selalu memberikan *support* walaupun kadang nyebelin.
4. Nadia, Dilla, Mita, Murti, Sabrina, Syifa, dan Meylani sebagai teman terdekat selama masa perkuliahan. *I thank to God for their presence in my life.*
5. *My forever bestfriend since high school* Alya Febrita Aulia dan Arif Risqiawan yang selalu memberikan *support* dan masukan-masukan yang membangun, memberikan perhatian dan semangatnya untuk menyelesaikan semua ini.
6. *Last but not least. I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting*

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

(Studi pada Konsumen Pizza Hut Delivery Pekalongan)

ABSTRAKSI

Makanan cepat saji atau *fast food* termasuk salah satu bisnis kuliner yang kini diminati di Indonesia. Restoran *fast food* tidak hanya ada di luar negeri, di Indonesia pun semakin gencar meningkatkan *brand fast food* tak terkecuali di kota Pekalongan. Menjamurnya bisnis makanan cepat saji membuat pemilik bisnis berlomba memenangkan persaingan. Salah satu caranya dengan memiliki tingkat loyalitas konsumen yang tinggi. Loyalitas Konsumen yang tinggi dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan elektronik, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap merek yang tinggi. Dari banyaknya member Pizza Hut Delivery yang selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya ternyata jumlah konsumen yang pasif semakin naiknya jumlah dikarenakan loyalitas konsumen yang rendah. Hal ini juga ditandai dengan total penjualan dan total pengunjung yang fluktuatif dalam tiga tahun terakhir dan mengalami penurunan pada tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality*, *perceived ease of use*, dan *brand trust* terhadap loyalitas konsumen pada Pizza Hut Delivery Pekalongan.

Tipe penelitian ini adalah *explanatory research* dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar kepada 100 responden yang pernah melakukan pembelian pada Pizza Hut Delivery Pekalongan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 25.00. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa *e-service quality*, *perceived ease of use*, dan *brand trust* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Pizza Hut Delivery Pekalongan.

Adapun saran yang diberikan kepada Pizza Hut Delivery Pekalongan Banyumanik pada aspek *e-service quality* perlu meningkatkan kecepatan dan kemudahan mengakses website maupun aplikasi, dan sering melakukan maintenance untuk mengurangi terjadinya error. Pada aspek *perceived ease of use*, perlu meningkatkan layanan dan kemudahan dalam mengakses produk maupun menu yang tersedia. Dan untuk aspek *brand trust* perlu lebih memperhatikan informasi yang tersedia agar meningkatkan kepercayaan merek pada konsumen.

Kata Kunci : *E-Service Quality*, *Perceived Ease of Use*, *Brand Trust*, Loyalitas konsumen

THE EFFECTS OF E-SERVICE QUALITY, PERCEIVED EASE OF USE AND BRAND TRUST ON CUSTOMER LOYALTY

(Study on Consumers in Pizza Hut Delivery Pekalongan)

ABSTRACT

Fast food is one of the most popular culinary businesses in Indonesia. Fast food restaurants not only available abroad, in Indonesia they are also aggressively increasing their brands fast food, no exception in the city of Pekalongan. The proliferation of fast food businesses, business owners are competing to win the competition. One way is to have a high level of consumer loyalty. High customer loyalty can be influenced by the quality of electronic services, perceived ease of use and high brand trust. From the number of Pizza Hut Delivery members who always increase every year, it turns out that the number of passive consumers is increasing in number due to low consumer loyalty. It is also characterized by total sales and total visitors which have fluctuated in the last three years and decreased in 2020. This study aims to determine the effect of e-service quality, perceived ease of use, and brand trust on customer loyalty at Pizza Hut Delivery Pekalongan.

This type of research is explanatory research with purposive sampling method. The data collection technique used a questionnaire distributed to 100 respondents who had made a purchase at Pizza Hut Delivery Pekalongan. The data analysis method used is regression analysis using software SPSS 25.00. The results of the study concluded that e-service quality, perceived ease of use, and brand trust had a significant effect on consumer loyalty at Pizza Hut Delivery Pekalongan.

The suggestions given to Pizza Hut Delivery Pekalongan, on the aspect of e-service quality need to increase the speed and ease of accessing websites and applications, and often perform maintenance to reduce errors. In the aspect of perceived ease of use, it is necessary to improve services and ease in accessing products and available menus. And for the brand trust aspect, it is necessary to pay more attention to the available information in order to increase brand trust in consumers.

Keywords : E-Service Quality, Perceived Ease of Use, Brand Trust, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul: **“E-Service Quality, Perceived Ease of Use, dan Brand Trust terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Pizza Hut Delivery Pekalongan)”** ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak - pihak yang telah membantu dan mendukung saya proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada :

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Pogram Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan selaku dosen wali sekaligus dosen penguji yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Agung Budiarmo, S.Sos., M.M selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini
4. Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini
5. Seluruh Dosen Departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
6. Seluruh responden atas kesediannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
7. Pihak Pizza Hut Delivery Pekalongan yang sudah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian ini.

8. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Apabila dalam penulisan karya ilmiah ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 31 Januari 2022



Naela Nurul Izzah
NIM. 14020217120003

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
MOTTO	ii
PERSEMBAHAN	ii
ABSTRAKSI	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.5 Kerangka Teori.....	16
1.5.1 Pemasaran	16
1.5.2 <i>Technology Acceptance Model</i>	16
1.5.3 <i>Electronic Service Quality</i>	17
1.5.4 <i>Perceived Ease of Use</i>	19
1.5.5 <i>Brand Trust</i>	21
1.5.6 Loyalitas Konsumen.....	24
1.5.7 Keterkaitan Antar Variabel	28
1.5.8 Penelitian Terdahulu	29
1.6 Hipotesis Penelitian	33
1.7 Definisi Konseptual	35
1.8 Definisi Operasional	37
1.8.1 <i>E-Service Quality</i>	37
1.8.2 <i>Perceived Ease of Use</i>	37
1.8.3 <i>Brand Trust</i>	38
1.8.4 Loyalitas Konsumen.....	38
1.9 Metode Penelitian	39

BAB II GAMBARAN UMUM PIZZA HUT DELIVERY PEKALONGAN DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN	57
2.1 Sejarah dan perkembangan Pizza Hut	57
2.2 Visi dan Misi Pizza Hut.....	59
2.2.1 Visi Pizza Hut Delivery	59
2.2.2 Misi Pizza Hut.....	60
2.3 Logo Perusahaan	61
2.4 Struktur Organisasi Pizza Hut Pekalongan	62
2.5 Fasilitas yang Diberikan Kepada Konsumen	65
2.6 Bidang Usaha Pizza Hut Delivery	65
2.7 Daftar Menu PHD Pekalongan.....	67
2.8 Ketenagakerjaan	70
2.8.1 Pendidikan Karyawan	71
2.8.2 Jam Kerja Karyawan	71
2.8.3 Sistem Penggajian dan Kesejahteraan Pizza Hut Delivery	71
2.9 Karakteristik Responden	72
2.9.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	72
2.9.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
2.9.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	74
2.9.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	75
2.9.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	76
BAB III PENGARUH <i>E-SERVICE QUALITY</i>, <i>PERCEIVED EASE OF USE</i> DAN <i>BRAND TRUST</i> TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI PADA PIZZA HUT DELIVERY PEKALONGAN).....	78
3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	79
3.1.1 Uji Validitas	79
3.1.2 Uji Reliabilitas	83
3.2 Analisis Deskripsi Variabel.....	85
3.2.1 Persepsi Responden terhadap Variabel <i>E-Service Quality</i> (X1)	85
3.2.2 Persepsi Responden terhadap Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> (X2)	97
3.2.3 Persepsi Responden terhadap Variabel <i>Brand Trust</i> (X3).....	109
3.2.4 Persepsi Responden terhadap Variabel <i>Loyalitas Konsumen</i> (Y)	118
3.3 Analisis Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Loyalitas Konsumen</i> ..	130
3.3.1 Koefisien Korelasi.....	130

3.3.2	Koefisien Determinasi (r^2).....	131
3.3.3	Regresi Linear Sederhana	132
3.3.4	Uji Signifikansi	134
3.4	Analisis Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap Loyalitas Konsumen 136	
3.5	Analisis Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	143
3.6	Analisis Pengaruh <i>E-Service Quality, Perceived Ease of Use, dan Brand Trust</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	149
3.7	Pembahasan	157
BAB IV PENUTUP		170
4.1	Kesimpulan.....	170
4.2	Saran.....	171
DAFTAR PUSTAKA		174
LAMPIRAN.....		182

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Keluhan Pelanggan Pizza Hut Delivery Tahun 2018-2020.....	7
Tabel 1. 2	Data Penjualan Pizza Hut Delivery Pekalongan Tahun 2018-2020	8
Tabel 1. 3	Penelitian Terdahulu	30
Tabel 1. 4	Pengembangan Model Teoritis	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2. 1	Usia Responden.....	73
Tabel 2. 2	Jenis Kelamin Responden	74
Tabel 2. 3	Pendidikan Terakhir Responden	75
Tabel 2. 4	Tingkat Pendapatan Responden	76
Tabel 2. 5	Pekerjaan Responden	77
Tabel 3. 1	Hasil Uji Validitas E-Service Quality (X1)	80
Tabel 3. 2	Hasil Uji Validitas Perceived Ease of Use (X2)	81
Tabel 3. 3	Hasil Uji Validitas Brand Trust (X3).....	82
Tabel 3. 4	Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)	83
Tabel 3. 5	Hasil Uji Reliabilitas	84
Tabel 3. 6	Tingkat kemudahan dan kecepatan dalam mengakses website maupun aplikasi dan mencari produk Pizza Hut Delivery	86
Tabel 3. 7	Tingkat kesesuaian pengiriman dengan ketersediaan stok saat membeli di Pizza Hut Delivery Pekalongan	88
Tabel 3. 8	Tingkat keamanan informasi terkait aktivitas pembelian di website dan aplikasi Pizza Hut Delivery	89
Tabel 3. 9	Tingkat keakuratan dan ketersediaan informasi terkait aktivitas pembelian di website dan aplikasi Pizza Hut Delivery	91
Tabel 3. 10	Rata-Rata Jawaban Responden Mengenai Variabel E-Service Quality	92
Tabel 3. 11	Kategorisasi Variabel E-Service Quality	96
Tabel 3. 12	Tingkat kemudahan dalam mengakses website maupun aplikasi dan mencari produk Pizza Hut Delivery	98
Tabel 3. 13	Tingkat informasi produk Pizza Hut Delivery di website dan aplikasi	100

Tabel 3. 14	Tingkat kemudahan tampilan dan update informasi di website dan aplikasi Pizza Hut Delivery	101
Tabel 3. 15	Tingkat keseluruhan kemudahan penggunaan website dan aplikasi Pizza Hut Delivery	102
Tabel 3. 16	Rata-Rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Perceived Ease of Use.....	104
Tabel 3. 17	Kategorisasi Variabel Perceived Ease of Use	108
Tabel 3. 18	Tingkat Pizza Hut Delivery berkompeten dalam menyajikan informasi	110
Tabel 3. 19	Tingkat perhatian dalam memberikan pelayanan pada PHD Pekalongan	111
Tabel 3. 20	Kejujuran Informasi Yang Disampaikan Oleh Pizza Hut Delivery	112
Tabel 3. 21	Rata-Rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Brand Trust ...	114
Tabel 3. 22	Kategorisasi Variabel Brand Trust.....	117
Tabel 3. 23	Kesesuaian informasi produk dalam website dan aplikasi Pizza Hut Delivery Pekalongan	119
Tabel 3. 24	Ketertarikan Konsumen Kepada Merek Lain	120
Tabel 3. 25	Tingkat kesetiaan konsumen dalam membeli pizza / produk sejenis dari merk lain selain Pizza Hut Delivery Pekalongan	122
Tabel 3. 26	Tingkat kesediaan untuk membeli kembali produk Pizza Hut Delivery Pekalongan di masa depan	123
Tabel 3. 27	Rata-Rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan	125
Tabel 3. 28	Kategorisasi Variabel Loyalits Konsumen	129
Tabel 3. 29	Hasil Uji Korelasi Variabel E-Service Quality terhadap Loyalitas .	130
Tabel 3. 30	Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel E-Service Quality terhadap Loyalitas Konsumen.....	131
Tabel 3. 31	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel E-Service Quality (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	133

Tabel 3. 32 Hasil Uji Korelasi Variabel Perceived Ease of Use terhadap Loyalitas Konsumen.....	137
Tabel 3. 33 Hasil Koefisien Determinasi Variabel Perceived Ease of Use terhadap Loyalitas Konsumen.....	138
Tabel 3. 34 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Perceived Ease of Use (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (X).....	139
Tabel 3. 35 Hasil Uji Korelasi Variabel Brand Trust terhadap Loyalitas Konsumen	144
Tabel 3. 36 Hasil Koefisien Determinasi Variabel Brand Trust terhadap Loyalitas Konsumen.....	145
Tabel 3. 37 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Brand Trust (X3) terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	146
Tabel 3. 38 Uji Korelasi Variabel E-Service Quality, Perceived Ease of Use, dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen	150
Tabel 3. 39 Uji Koefisien Determinasi Variabel E-Service Quality, Perceived Ease of Use, dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen	152
Tabel 3. 40 Uji Regresi Linear Berganda E-Service Quality, Perceived Ease of Use, dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen.....	153
Tabel 3. 41 Uji F E-Service Quality, Perceived Ease of Use, dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen.....	156

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Member Pizza Hut Delivery	9
Gambar 1. 2 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 1. 3 Kurva Hasil Uji t-Test	55
Gambar 1. 4 Uji F	56
Gambar 2. 1 Logo Pizza Hut Delivery Pekalongan	62
Gambar 2. 2 Bagan Struktur Organisasi PHD	63
Gambar 2. 3 Tampilan Website Pizza Hut	66
Gambar 2. 4 Varian Menu PHD Pekalongan	68
Gambar 3. 1 Kurva Uji t E-Service Quality (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	136
Gambar 3. 2 Kurva Uji t Perceived Ease of Use(X2) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	143
Gambar 3. 3 Kurva Uji t Brand Trust (X3) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	149
Gambar 3. 4 Kurva Uji F E-Service Quality, Perceived Ease of Use, dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen	157

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. KUESIONER PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2. SURAT KETERANGAN PENELITIAN	189
Lampiran 3. IDENTITAS RESPONDEN.....	190
Lampiran 4. TABEL INDUK	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	195
Lampiran 6. UJI KORELASI DAN DETERMINASI.....	199
Lampiran 7. UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA	201
Lampiran 8. TABEL r	203
Lampiran 9. TABEL t	205