



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-LOYALTY*
DENGAN *E-SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA NASABAH BANK MANDIRI PENGGUNA
NEW LIVIN BY MANDIRI DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Sarjana
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

Huwaida Zahra Mansyriah

14030119120024

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

SEMARANG

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA)

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Huwaida Zahra Mansyriah
NIM : 14030119120024
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

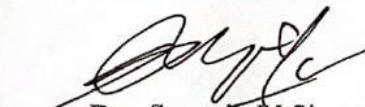
Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Loyalty* dengan *E-Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Bank Mandiri Pengguna New Livin By Mandiri Di Kota Semarang

Adalah benar – benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar sarjananya).

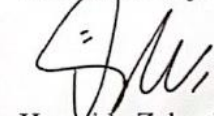
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat digunakan bila mana diperlukan.

Semarang, 12 Desember 2022

Mengetahui,
Dosen Pembimbing


Drs. Saryadi, M.Si

Pembuat Pernyataan,


Huwaida Zahra Mansyriah

Ketua Program Studi


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

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Loyalty* dengan Variabel Intervening *E-Satisfaction* pada Nasabah Bank Mandiri Pengguna New Livin by Mandiri di Kota Semarang

Nama Penyusun : Huwaida Zahra Mansyriah

NIM : 14030119120024

Program Studi : 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.

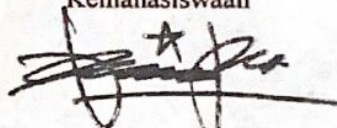
Semarang, 27 Desember 2022

Dekan



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

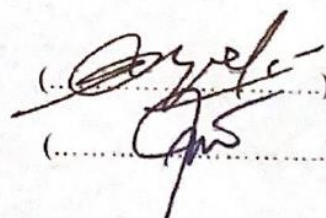
Wakil Dekan Akademik dan
Kemahasiswaan



Dr. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin NIP.
19690822 199403 1 003

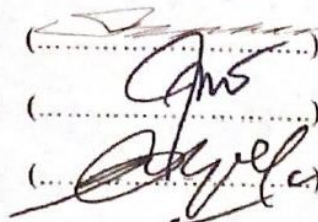
Dosen Pembimbing

1. Drs. Saryadi, M.Si
2. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos,M.Si



Dosen Penguji

1. Prof. Sudharto P.H., MES, Ph.D
2. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos,M.Si
3. Drs. Saryadi, M.Si



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

- Al-Insyirah (Q.S 94 : 5)

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang setiap saat, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Adik saya, sepupu, eyang, dan tante saya yang dapat menjadi teman cerita dan selalu menghibur saya.
3. Diri saya sendiri yang sudah berjuang untuk segala pencapaian hingga saat ini.
4. Pak Saryadi selaku dosen pembimbing I dan Bu Reni selaku dosen pembimbing II yang selalu sabar membimbing dan mengarahkan saya selama penyusunan skripsi.
5. Prof Dharto selaku dosen wali saya yang selalu sabar dalam mengajar dan selalu menginspirasi mahasiswanya.
6. Teman dekat penulis, Dinda, Aza, dan Uly yang selalu mendengarkan keluh kesah sejak SMP hingga saat ini dan terus menyempatkan menghabiskan waktu bersama saat saya pulang ke Jepara.
7. Teman kuliah penulis, Bernanda, Ajeng, Mayang, Devita, Iga, Camelia, Zahra Nur, Zhurna, Kharisma, Dini, dan Sinta yang sejak awal kuliah sampai saat selalu membantu dan memberikan dukungan, serta mewarnai hari-hari saya selama kuliah di Semarang.
8. Teman SMA saya yang merantau di Semarang, Dina, Dilla, Risa, dan Aurel yang selalu mengajak main, memberikan hiburan atas segala lelucon, dan tingkah laku mereka.
9. Seluruh dosen administrasi bisnis UNDIP yang selalu sabar dalam memberikan materi pelajaran.
10. Teman – teman administrasi bisnis 2019 dan HMPS AB 2021 yang senantiasa memberikan pengalaman berkuliah yang penuh suka dan cita.

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-LOYALTY* DENGAN
E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
NASABAH BANK MANDIRI PENGGUNA NEW LIVIN BY MANDIRI DI
KOTA SEMARANG**

ABSTRAKSI

Salah satu perkembangan teknologi yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah adanya aplikasi layanan keuangan berbasis digital. Layanan keuangan berbasis digital diterapkan oleh lembaga perbankan di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Bank Mandiri sebagai salah satu bank yang berfokus dalam layanan perbankan digital melanjutkan transformasi digital dengan adanya New Livin by Mandiri. Bank perlu menciptakan kualitas servis dan layanan yang mudah dipahami oleh nasabah dan memiliki beragam manfaat. Ini berhubungan dengan *E-Service Quality*. Jika *E-Service Quality* yang ditawarkan kepada nasabah baik, maka akan menciptakan *E-Satisfaction*. Kepuasan tersebut jika dijaga akan membangun loyalitas yang dapat dilihat melalui penggunaan kembali dan sikap nasabah untuk merekomendasikan produk maupun layanan ke orang lain.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Loyalty* melalui *E-Satisfaction* sebagai variabel intervening pada nasabah Bank Mandiri pengguna New Livin by Mandiri di Kota Semarang. Populasi yang digunakan seluruh nasabah Bank Mandiri pengguna New Livin by Mandiri dengan sampel berjumlah 120 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian *explanatory research*. Analisis data menggunakan SmartPLS 4.0 dimana dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, R-Square, dan analisis jalur.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Loyalty* dengan *E-Satisfaction* memiliki pengaruh positif bermakna karena *path coefficient* berpengaruh positif dengan skor senilai 0.353 dan skor t-statistic senilai 4.693 > skor t tabel 1.96 dan P-value senilai 0.00.

Berdasarkan hasil penelitian ini, New Livin by Mandiri disarankan untuk meningkatkan kestabilan sistem mereka agar tidak mudah error, memberikan tanggapan yang cepat serta menambahkan fitur waktu transaksi (jam dan detik) pada mutasi rekening.

Kata kunci : *E-Service Quality, E-Loyalty, E-Satisfaction*

**THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY ON E-LOYALTY
WITH E-SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE FOR
BANK MANDIRI CUSTOMERS USING NEW LIVIN BY MANDIRI
IN SEMARANG CITY**

ABSTRACT

One of the technological developments that influence consumer behavior is existence of digital-based financial service applications. Digital-based financial services are implemented by banking institutions around the world, including Indonesia. Bank Mandiri as banks that focuses on digital banking services continues digital transformation with New Livin by Mandiri. Banks need to create service quality and services that are easily understood by customers and have various benefits. This relates to E-Service Quality. If the E-Service Quality offered to customers is good, it will create E-Satisfaction. If this satisfaction is maintained, it will build loyalty which can be seen through reuse and customers to recommend products and services to others

This study aims to determine the effect of E-Service Quality on E-Loyalty through E-Satisfaction as intervening variable for Bank Mandiri customers who use New Livin by Mandiri in Semarang City. The population used is all Bank Mandiri customers who use New Livin by Mandiri with a sample of 120 respondents. This research uses quantitative approach with explanatory research type. Data analysis uses SmartPLS 4.0 with validity tests, reliability tests, R-Square, and path analysis.

The results of this study indicate that the effect of E-Service Quality on E-Loyalty with E-Satisfaction has a significant positive effect because path coefficient has positive effect with score of 0.353 and t-statistic score of 4.693 > t-table score of 1.96 and P-value of 0.00.

Based on the results of this study, it is recommended that New Livin by Mandiri increase the stability of their system so that it isn't prone to errors, provides fast responses and adds transaction time feature (hours and seconds) to account mutations.

Keywords : *e-service quality, e-loyalty, e-satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Loyalty* dengan *E-Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Bank Mandiri Pengguna New Livin By Mandiri Di Kota Semarang”.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Widiartanto, S.Sos., M.AB selaku Kepala Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro sekaligus dosen pembimbing 2 saya.
4. Drs. Saryadi, M.Si selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Prof. Drs. Sudharto PH, MES.PhD selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu selama perkuliahan.
6. Seluruh dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmu bermanfaat selama masa kuliah.
7. Semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, maka dari itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Besar harapan penulis, skripsi ini dapat menambah wawasan pembaca dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

Semarang, 14 Desember 2022

Penulis



Huwaida Zahra Mansyriah

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan	18
1.4 Kegunaan Penelitian	19
1.5 Kerangka Teori.....	20
1.5.1 Perilaku Konsumen	20
1.5.2 <i>E-Loyalty</i>	24
1.5.3 <i>E-Satisfaction</i>	29
1.5.4 <i>E-Service Quality</i>	33
1.6 Pengaruh antar Variabel Penelitian	36
1.6.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	36
1.6.2 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	37
1.6.3 Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	38
1.6.4 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> dengan <i>E-Satisfaction</i> sebagai variabel intervening	40
1.7 Penelitian terdahulu	41
1.8 Hipotesis	44
1.9 Definisi Konsep	45
1.10 Definisi Operasional	45
1.11 Metode Penelitian	48

1.11. 1	Tipe Penelitian.....	48
1.11. 2	Populasi dan Sampel.....	49
1.11. 3	Teknik Pengambilan Sampel.....	50
1.11. 4	Jenis dan Sumber Data	51
1.11. 5	Skala Pengukuran	52
1.11. 6	Teknik Pengumpulan Data	53
1.11. 7	Teknik Pengolahan Data.....	54
1.11. 8	Instrumen Penelitian.....	55
1.11. 9	Teknik Analisis Data	56
BAB II	62
GAMBARAN UMUM PT BANK MANDIRI DAN IDENTITAS RESPONDEN	62
2.1	Sejarah Perusahaan Bank Mandiri (Persero)	62
2.2	Visi, Misi, dan Budaya Perusahaan Bank Mandiri (persero)	63
2.2.1	Visi.....	63
2.2.2	Misi	63
1.2.3	Logo Perusahaan	63
1.2.4	Budaya Perusahaan	65
1.3	Lokasi Perusahaan	65
1.4	Tagline Bank Mandiri.....	66
1.5	Produk dan Layanan Bank Mandiri	66
2.5.1	Tabungan.....	66
2.5.2	Pinjaman.....	67
2.5.3	Kartu kredit	68
2.5.4	Digital Banking	69
1.6	Karakteristik Responden	70
2.6.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	72
2.6.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	73
2.6.4	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	74
2.6.5	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan	75
2.6.6	Karakteristik Responden berdasarkan Intensitas Membuka Aplikasi New Livin by Mandiri dalam Kurun Waktu Seminggu Terakhir.....	76

2.6.7	Karakteristik Responden berdasarkan Penggunaan Aplikasi Digital Banking Bank lain	77
BAB III	79
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	79
3.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	79
3.1.1	Uji Validitas.....	79
3.1.2	Uji Reliabilitas.....	84
3.2. Analisis Deskripsi Variabel	85
3.2.1	<i>E-Service Quality</i>	86
3.2.2	<i>E-Satisfaction</i>	93
3.2.3	<i>E-Loyalty</i>	99
3.3. Analisis Data	105
3.3.1	<i>R-Square</i>	105
3.3.2	<i>Path Coefficient</i>	106
3.3.2.1	Pengujian Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> (H1)	107
3.3.2.2	Pengujian Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> (H2)	108
3.3.2.3	Pengujian Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> (H3)	109
3.3.2.4	Pengujian Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> dengan <i>E-Satisfaction</i> (H4)	109
3.4. Pembahasan	112
3.4.1	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	113
3.4.2	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	115
3.4.3	Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	118
3.4.4	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> dengan <i>E-Satisfaction</i> sebagai Variabel Intervening	119
BAB IV	122
KESIMPULAN DAN SARAN	122
4.1. Kesimpulan	122
4.2. Saran	125
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN	131

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Performa terbaik digital banking 10 Bank Tahun 2020 - 2021	5
Tabel 1.2 Keluhan Nasabah Pengguna New Livin by Mandiri	6
Tabel 1.3 Research Gap Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	8
Tabel 1.4 <i>Research Gap</i> Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	12
Tabel 1.5 Akuisisi New Livin 2021.....	14
Tabel 1.6 Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 1.7 Dimensi dan Item <i>E-Service Quality</i>	46
Tabel 1.8 Dimensi dan Item <i>E-Loyalty</i>	47
Tabel 1.9 Dimensi dan Item <i>E-Satisfaction</i>	48
Tabel 1.10 Penentuan skor dengan skala likert	53
Tabel 2.1 Jenis kelamin responden.....	71
Tabel 2.2 Usia responden.....	72
Tabel 2.3 Pendidikan terakhir	73
Tabel 2.4 Pekerjaan Nasabah.....	74
Tabel 2.5 Pendapatan perbulan	75
Tabel 2.6 Intensitas membuka aplikasi dalam seminggu terakhir.....	77
Tabel 2.7 Penggunaan digital banking lain	78
Tabel 3.1 Hasil Outer Loading.....	80
Tabel 3.2 Hasil penghapusan outer loading.....	81
Tabel 3.3 Nilai AVE (Average Variance Extracted)	82
Tabel 3.4 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	82
Tabel 3.5 <i>Cross Loading</i>	83
Tabel 3.6 <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	85
Tabel 3.7 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai <i>E-Service Quality</i> New Livin by Mandiri	87
Tabel 3.8 Kategorisasi Variabel <i>E-Service Quality</i>	92
Tabel 3.9 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai <i>E-Satisfaction</i> New Livin by Mandiri	94
Tabel 3.10 Kategorisasi Variabel <i>E-Satisfaction</i>	98

Tabel 3.11 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai <i>E-Loyalty</i> New Livin by Mandiri	100
Tabel 3.12 Kategorisasi Variabel <i>E-Loyalty</i>.....	104
Tabel 3.13 <i>R-Square</i>	105
Tabel 3.14 Hasil Olah Data Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	107
Tabel 3.15 Hasil Olah Data Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	108
Tabel 3.16 Hasil Olah Data Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> ...	109
Tabel 3.17 Hasil Olah Data Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> dengan <i>E-Satisfaction</i>	111
Tabel 3.18 Hasil Olah Data H1-H4.....	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Hipotesis.....	44
Gambar 2.2 Logo Bank Mandiri	64
Gambar 2.2 Core Value BUMN.....	65
Gambar 2.3 Kartu Kredit Bank Mandiri	68
Gambar 2.4 Logo Livin by Mandiri	70
Gambar 2.5 Logo Kopra by Mandiri	70