



**Pengaruh *E-servicescape* dan *E-service Quality* terhadap  
*E-satisfaction* Pada Tokopedia  
(Studi Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Semarang)**

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan  
Pendidikan Strata 1**

**Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**Disusun Oleh:**

**Nur Fadhilah Ramadhini Rahman**

**14020217130084**

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

**2021**

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN  
KARYA ILMIAH (SKRIPSI)**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Fadhilah Ramadhini Rahman  
NIM : 14020217130084  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

**Pengaruh *E-servicescape* dan *E-service Quality* Terhadap *E-satisfaction* pada  
Tokopedia**

**(Studi pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Semarang)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan 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 kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana nanti diperlukan.

Semarang, 23 Agustus 2021



Nur Fadhilah Ramadhini Rahman  
NIM. 14020217130084

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *E-servicescape* dan *E-service Quality* terhadap *E-satisfaction* pada Tokopedia (Studi pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Semarang)

Nama Penyusun : Nur Fadhilah Ramadhini Rahman

NIM : 14020217130084

Progam 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.

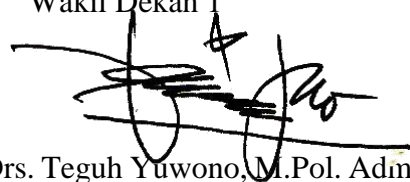
Semarang, 2 September 2021

Dekan

Wakil Dekan 1



Dr. Drs. Hardi Warsosno, MTP  
NIP.19640827 199001 1 001



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

### Dosen Pembimbing

Dr. Sari Listyorini, S.Sos, MAB


(.....)

Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si

(.....)

### Dosen Penguji

Dr. Sari Listyorini, S.Sos, MAB

(.....)

Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si

(.....)

Dr. Hari Susanta Nugraha, M.Si

(.....)

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“All our dreams can come true, if we have the courage to persue them.”*

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. Kedua saudara saya, Anisah Nur Rahman dan Ahmad Fajar yang selalu menjadi teman ngobrol dan bercanda di rumah.
3. Diri saya sendiri yang sudah berjuang untuk segala pencapaian hingga saat ini.
4. Grup Belajar selaku teman sepermainan sejak awal kuliah sampai saat ini yang selalu membantu dan memberikan dukungan, serta mewarnai hari-hari saya selama kuliah di Semarang. Terima kasih atas segala kenangan yang diberikan dan kehadiran kalian bagaikan keluarga kedua bagi saya!
5. Kartika Khrisna dan Dyka Kusuma, dua mahasiswa yang memiliki kelebihan waktu senggang sehingga kami sering menghabiskan waktu bersama di bumi Tembalang. Terkhusus Kartika, terima kasih sudah menjadi teman makan selama di Tembalang!
6. Dita Ayu yang telah berbaik hati membantu saya terkait skripsi dan Aurelia Nadia selaku *partner* se-perdosbingan yang senantiasa berbagi keluh kesah tentang drama perskripsian ini, serta memberikan semangat satu sama lain.
7. Demisioner HMJ Administrasi Bisnis 2019 yang selalu memberikan hiburan atas segala lelucon dan tingkah laku mereka.
8. Sahabat saya Devita, Sofia, Alshiba, Ray, Dawam, dan Juhad yang bersedia mendengarkan keluh kesah, memberikan motivasi, serta menghibur di saat saya penat.
9. WAPIR selaku sahabat semasa putih abu-abu saya yang selalu memberikan dukungan agar saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman Adbis 2017 yang turut membantu saya perihal kehidupan kampus, baik urusan akademik maupun yang lainnya.

**PENGARUH *E-SERVICESCAPE* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP  
*E-SATISFACION* PADA TOKOPEDIA  
(Studi pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Semarang)**

**ABSTRAKSI**

Saat ini, pertumbuhan *marketplace* di Indonesia semakin berkembang dan meningkat. Adanya *marketplace* ini memfasilitasi konsumen berbelanja daring guna memenuhi kebutuhannya agar lebih praktis dan efisien. Salah satu *marketplace* ternama di Indonesia yaitu Tokopedia. Tokopedia menyediakan beragam jenis produk kebutuhan masyarakat, selain itu Tokopedia juga memfasilitasi konsumen untuk bisa melakukan berbagai pembayaran seperti pajak, biaya pendidikan, tagihan, investasi, dan sebagainya. Tokopedia merupakan salah satu *marketplace* lokal yang dapat menjangkau seluruh pasar di Indonesia, termasuk Kota Semarang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-servicescape* dan *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* pengguna aplikasi Tokopedia di Kota Semarang. Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *non probability sampling* dan *purposive sample*. Penelitian ini menggunakan 100 responden yang merupakan pengguna aplikasi Tokopedia di Kota Semarang. Pengumpulan data dilakukan secara *online* dengan menggunakan *google form*. Penelitian ini menggunakan analisis uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linear sederhana, regresi linear berganda, uji t, dan uji F dengan bantuan *software* SPSS versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *e-servicescape* terhadap *e-satisfaction*, terdapat pengaruh *e-service quality* terhadap *e-satisfaction*, dan terdapat pengaruh antara *e-servicescape* dan *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* pengguna aplikasi Tokopedia.

Berdasarkan hasil tersebut, Tokopedia disarankan untuk mengemas *e-servicescape* lebih baik lagi dengan membuat tampilan halaman yang lebih menarik, menambahkan fitur hiburan, memperbaiki pengaturan aplikasi agar lebih *user-friendly*, serta meningkatkan kualitas informasi produk dan layanan. Selain itu, perlu juga meningkatkan *e-service quality* seperti *update* penawaran yang sedang berlangsung, kualitas aplikasi, dan penanganan keluhan yang diharapkan bisa lebih tanggap.

Kata kunci : *e-servicescape*. *e-service quality*, *e-satisfaction*

**THE EFFECT OF E-SERVICESCAPE AND E-SERVICE QUALITY ON E-SATISFACTION AT TOKOPEDIA  
(Study On Tokopedia Application Users In Semarang City)**

**ABSTRACT**

Currently, the growth of the marketplace in Indonesia is growing and increasing. The existence of this marketplace facilitates consumers to shop online to fulfill their needs to be more practical and efficient. One of the well-known marketplaces in Indonesia is Tokopedia. Tokopedia provides various types of products for community needs, besides that Tokopedia also facilitates consumers to be able to make various payments such as taxes, education fees, bills, investments, and so on. Tokopedia is one of the local marketplaces that can reach all markets in Indonesia, including Semarang City.

This study aims to determine the effect of e-servicescape and e-service quality on e-satisfaction of Tokopedia application users in Semarang City. The type of research used is explanatory research. Whereas the sampling technique used non probability sampling method and purposive sampling. The sample of this study used 100 respondents who were users of Tokopedia Application in Semarang City. Data collection technique is using Google Form. This study uses the analysis of the validity test, reliability test, correlation coefficient, determination coefficient, simple linear regression, multiple linear regression, t test and f test, with the help of the SPSS software version 24.

The results of this study indicate that there is an effect of e-servicescape on e-satisfaction, there is an effect of e-service quality on e-satisfaction, and there is an influence between e-servicescape and e-service quality on e-satisfaction for Tokopedia application users.

Based on these result, Tokopedia is advised to package the e-servicescape even better by making the page display more attractive, adding entertainment features, improving application settings to make it more user-friendly, and improving the quality of product and service information. In addition, it is also necessary to improve e-service quality such as ongoing offer updates, application quality, and handling of complaints are expected to be more responsive.

Keywords : *e-servicescape. e-service quality, e-satisfaction*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

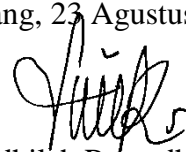
Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh *E-servicescape* dan *E-service Quality* terhadap *E-satisfaction* pada Tokopedia (Studi pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Semarang)”** ini tidak lepas dari adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan kali ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang berpartisipasi untuk membantu saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada:

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Dr. Reni Shinta Dewi S.Sos, M.Si selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
3. Dr. Sari Listyorini, S.Sos, MAB selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing dan dosen penguji.
5. Dr. Hari Susanta Nugraha, M.Si selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya Dosen Departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh responden atas ketersediaannya untuk mengisi kuesioner yang saya berikan.
8. Serta berbagai pihak yang telah membantu saya baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pada skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang diberikan pembaca sangat diterima penulis dengan kelapangan hati. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 23 Agustus 2021

Penulis



Nur Fadhillah Ramadhini Rahman  
NIM.14020217130084

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI) .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAKSI .....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	14
1.5 Kerangka Teori.....	14
1.5.1 Perilaku Konsumen.....	14
1.5.2 <i>E-servicescape</i> .....	18
1.5.3 <i>E-service Quality</i> .....	26
1.5.4 <i>E-satisfaction</i> .....	29
1.5.5 Pengaruh Antar Variabel.....	34
1.5.5.1 Pengaruh <i>E-servicesape</i> terhadap <i>E-satisfaction</i> .....	34
1.5.5.2 Pengaruh <i>E-service Quality</i> terhadap <i>E-satisfaction</i> .....	34
1.5.6 Penelitian Terdahulu .....	35
1.6 Hipotesis.....	37
1.7 Definisi Konsep.....	38
1.8 Definisi Operasional.....	38
1.9 Metode Penelitian.....	41
1.9.1 Tipe Penelitian .....	41
1.9.2 Populasi dan Sampel .....	41
1.9.2.1 Populasi.....	41
1.9.2.2 Sampel .....	41
1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	42
1.9.4 Jenis dan Sumber Data.....	42
1.9.4.1 Jenis Data .....	42
1.9.4.2 Sumber Data .....	42
1.9.5 Teknik Pengumpulan Data.....	43
1.9.5.1 Studi Pustaka.....	43
1.9.5.2 Kuesioner (Angket).....	43



1.9.6	Skala Pengukuran .....	43
1.9.7	Teknik Pengolahan Data .....	44
1.9.8	Teknik Analisis .....	45
1.9.8.1	Analisis Kualitatif .....	45
1.9.8.2	Analisis Kuantitatif .....	45
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>		<b>52</b>
2.1	Sejarah Tokopedia.....	52
2.2	Visi, Misi, dan Logo Tokopedia .....	53
2.2.1	Visi Tokopedia.....	53
2.2.2	Misi Tokopedia .....	53
2.2.3	Logo Tokopedia .....	53
2.3	DNA Tokopedia .....	54
2.4	Lokasi Perusahaan.....	55
2.5	Produk .....	55
2.6	Dimensi <i>E-servicescape</i> pada Aplikasi Tokopedia.....	58
2.7	Pelayanan Toko Online Tokopedia .....	64
2.7.1	Metode Pembayaran.....	64
2.7.2	Metode Pengiriman Barang .....	64
2.8	Karakteristik Responden .....	66
2.8.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	67
2.8.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
2.8.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	68
2.8.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	69
2.8.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	69
2.8.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran .....	70
2.8.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian dalam 6 Bulan.....	71
2.8.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Pembelian Produk.....	72
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>74</b>
3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	74
3.1.1	Uji Validitas .....	74
3.1.2	Uji Reliabilitas .....	77
3.2	Hasil Penelitian .....	78
3.2.1	Variabel <i>E-servicescape</i> .....	78
3.2.2	Variabel <i>E-service quality</i> .....	91
3.2.3	Variabel <i>E-satisfaction</i> .....	104
3.3	Analisis Pengaruh <i>E-servicescape</i> ( $X_1$ ) terhadap <i>E-satisfaction</i> ( $Y$ ).....	117
3.3.1	Koefisien Korelasi .....	117
3.3.2	Koefisien Determinasi .....	118
3.3.3	Regresi Linear Sederhana .....	118
3.3.4	Uji t .....	120
3.4	Analisis Pengaruh <i>E-service quality</i> ( $X_2$ ) terhadap <i>E-satisfaction</i> ( $Y$ ).....	121
3.4.1	Koefisien Korelasi .....	121

3.4.2	Koefisien Determinasi .....	122
3.4.3	Regresi Linear Sederhana .....	122
3.4.4	Uji t .....	124
3.5	Analisis Pengaruh <i>E-servicescape</i> ( $X_1$ ) dan <i>E-service Quality</i> ( $X_2$ ) terhadap <i>E-satisfaction</i> (Y) .....	124
3.5.1	Koefisien Korelasi .....	125
3.5.2	Koefisien Determinasi .....	125
3.5.3	Regresi Linear Berganda.....	126
3.5.4	Uji F.....	127
3.6	Pembahasan.....	130
3.6.1	Pengaruh <i>E-servicescape</i> terhadap <i>E-satisfaction</i> .....	130
3.6.2	Pengaruh <i>E-service Quality</i> terhadap <i>E-satisfaction</i> .....	131
3.6.3	Pengaruh <i>E-servicescape</i> dan <i>E-service Quality</i> terhadap <i>E-satisfaction</i> .....	132
BAB IV PENUTUP .....		135
4.1	Kesimpulan .....	135
4.2	Saran.....	137
DAFTAR PUSTAKA .....		139
LAMPIRAN.....		141

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan E-commerce Tercepat di Dunia .....	2
Gambar 1. 2 Kategori Produk Terlaris di Tokopedia Tahun 2020.....	5
Gambar 1. 3 Perbandingan Jumlah <i>Visitor</i> Top 3 <i>Marketplace</i> .....	7
Gambar 1. 4 Paradigma Diskonfirmasi.....	32
Gambar 1. 5 Kurva Uji t <i>Two Tail</i> .....	50
Gambar 1. 6 Kurva Uji F .....	51
Gambar 2. 1 Logo Tokopedia .....	54
Gambar 2. 2 Desain pada halaman aplikasi Tokopedia .....	59
Gambar 2. 3 Tampilan Produk pada Aplikasi Tokopedia.....	59
Gambar 2. 4 Tokopedia Play sebagai nilai hiburan .....	60
Gambar 2. 5 Pengaturan pada Aplikasi Tokopedia.....	61
Gambar 2. 6 Detail Informasi Produk.....	61
Gambar 2. 7 Sarana Komunikasi antara Penjual dan Pembeli.....	62
Gambar 2. 8 PIN untuk menjaga keamanan akun Tokopedia.....	63
Gambar 2. 9 Prosedur Pembayaran.....	63
Gambar 2. 10 Metode Pembayaran.....	63
Gambar 3. 1 Kurva Uji t <i>E-servicescape</i> (X1) terhadap <i>E-satisfaction</i> (Y) .....	120
Gambar 3. 2 Kurva Uji t <i>E-service quality</i> (X2) terhadap <i>E-satisfaction</i> (Y) .....	124
Gambar 3. 3 Kurva Uji F <i>E-servicescape</i> (X1) dan <i>E-service quality</i> (X2) terhadap <i>E-satisfaction</i> (Y).....	129

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Peta <i>Marketplace</i> di Indonesia pada Tahun 2020 .....	4
Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu .....	36
Tabel 1. 3 Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi .....	48
Tabel 2. 1 Jenis Layanan Pengiriman Tokopedia .....	65
Tabel 2. 2 Jenis Kelamin Responden .....	67
Tabel 2. 3 Usia Responden .....	68
Tabel 2. 4 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden.....	68
Tabel 2. 5 Jenis Pekerjaan Responden .....	69
Tabel 2. 6 Pendapatan Responden .....	70
Tabel 2. 7 Pengeluaran Responden.....	70
Tabel 2. 8 Intensitas Pembelian Responden dalam 6 Bulan .....	71
Tabel 2. 9 Kategori Pembelian Produk .....	72
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas <i>E-servicescape</i> ( $X_1$ ).....	74
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas <i>E-service Quality</i> ( $X_2$ ).....	75
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas <i>E-satisfaction</i> (Y).....	76
Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas .....	77
Tabel 3. 5 Desain pada aplikasi Tokopedia menarik secara visual .....	78
Tabel 3. 6 Tampilan produk pada aplikasi Tokopedia menarik.....	79
Tabel 3. 7 Aplikasi Tokopedia tidak membosankan.....	80
Tabel 3. 8 Pengaturan yang mudah dipahami dan dioperasikan .....	81
Tabel 3. 9 Kejelasan kata kunci pada menu pencarian .....	82
Tabel 3. 10 Tersedianya informasi produk dan layanan yang relevan serta mudah diakses .....	83
Tabel 3. 11 Tersedianya fitur chat sebagai sarana komunikasi.....	84
Tabel 3. 12 Jaminan keamanan pada sistem pembayaran.....	85
Tabel 3. 13 Kejelasan prosedur pembayaran yang mudah dipahami .....	86
Tabel 3. 14 Metode pembayaran yang disediakan Tokopedia cukup beragam sehingga memudahkan dalam bertransaksi .....	87
Tabel 3. 15 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>E-servicescape</i> .....	88
Tabel 3. 16 Kategorisasi Variabel <i>E-servicescape</i> .....	90
Tabel 3. 17 Kemudahan dalam menemukan kebutuhan konsumen .....	92
Tabel 3. 18 Kecepatan dalam memuat halaman.....	93
Tabel 3. 19 Kejujuran Tokopedia dalam memberikan penawaran.....	94
Tabel 3. 20 Ketersediaan produk sesuai dengan yang ditampilkan .....	94
Tabel 3. 21 Jarang terjadi kesalahan .....	95
Tabel 3. 22 Perlindungan informasi oleh Tokopedia.....	96
Tabel 3. 23 Penanganan keluhan konsumen .....	97
Tabel 3. 24 Penawaran kebijakan refund/retur produk .....	98

Tabel 3. 25 Tersedianya kontak customer service dalam menanggapi masalah/keluhan konsumen secara online .....	99
Tabel 3. 26 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>E-service Quality</i> ...	100
Tabel 3. 27 Kategorisasi Variabel <i>E-service Quality</i> .....	103
Tabel 3. 28 Kepuasan atas pengalaman belanja.....	104
Tabel 3. 29 Dapat menikmati kegiatan belanja.....	105
Tabel 3. 30 Kepuasan atas penawaran yang diberikan Tokopedia .....	106
Tabel 3. 31 Kemudahan pada sistem navigasi .....	107
Tabel 3. 32 Kepuasan atas tampilan aplikasi .....	107
Tabel 3. 33 Kepuasan atas update informasi yang dilakukan Tokopedia .....	108
Tabel 3. 34 Kepuasan atas perlindungan informasi pengguna.....	109
Tabel 3. 35 Kepuasan atas layanan complaint .....	110
Tabel 3. 36 Kepuasan atas layanan purna jual .....	111
Tabel 3. 37 Kepuasan atas seluruh pelayanan yang diberikan Tokopedia.....	112
Tabel 3. 38 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>E-satisfaction</i> .....	113
Tabel 3. 39 Kategorisasi Variabel <i>E-satisfaction</i> .....	116
Tabel 3. 40 Hasil Analisis Korelasi <i>E-servicescape</i> terhadap <i>E-satisfaction</i> .....	117
Tabel 3. 41 Koefisien Determinasi <i>E-servicescape</i> terhadap <i>E-satisfaction</i> .....	118
Tabel 3. 42 Hasil Regresi Linear Sederhana <i>E-servicescape</i> terhadap <i>E-satisfaction</i> ....	119
Tabel 3. 43 Hasil Koefisien Korelasi <i>E-service Quality</i> terhadap <i>E-satisfaction</i> .....	121
Tabel 3. 44 Hasil Koefisien Determinasi <i>E-service Quality</i> terhadap <i>E-satisfaction</i> .....	122
Tabel 3. 45 Hasil Regresi Linear Sederhana <i>E-service Quality</i> terhadap <i>E-satisfaction</i>	123
Tabel 3. 46 Hasil Koefisien Korelasi <i>E-servicescape</i> dan <i>E-service Quality</i> terhadap <i>E-satisfaction</i> .....	125
Tabel 3. 47 Hasil Uji Regresi Linear Berganda <i>E-servicescape</i> dan <i>E-service Quality</i> terhadap <i>E-satisfaction</i> .....	126
Tabel 3. 48 Hasil Uji F <i>E-servicescape</i> dan <i>E-service Quality</i> terhadap <i>E-satisfaction</i> .	128