

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAMPAK *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION DAN *CUSTOMER LOYALTY*
WEBSITE BLIBLI**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Komputer pada
Program Studi Sistem Informasi



Oleh:

MUHAMMAD FADLI

11950314952



UIN SUSKA RIAU

**FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN
DAMPAK *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALITY
WEBSITE BLIBLI

TUGAS AKHIR

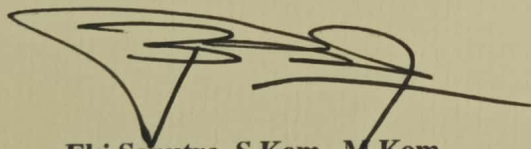
Oleh:

MUHAMMAD FADLI
11950314952

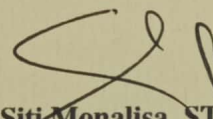
Telah diperiksa dan disetujui sebagai Laporan Tugas Akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 12 Juli 2024

Ketua Program Studi

Pembimbing



Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.
NIP. 198307162011011008



Siti Monalisa, ST., M.Kom.
NIP. 198502142015032004

LEMBAR PENGESAHAN

DAMPAK *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALITY* WEBSITE BLIBLI

TUGAS AKHIR

Oleh:

MUHAMMAD FADLI

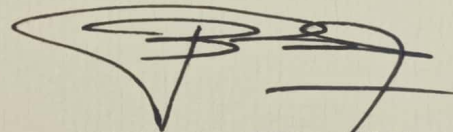
11950314952

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau di Pekanbaru, pada tanggal 2 Juli 2024

Pekanbaru, 2 Juli 2024

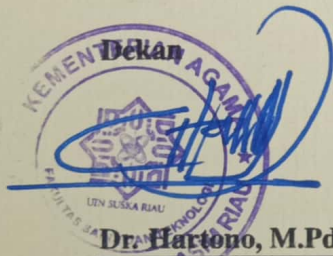
Mengesahkan,

Ketua Program Studi



Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.

NIP. 198307162011011008



Dr. Hartono, M.Pd.

NIP. 196403011992031003

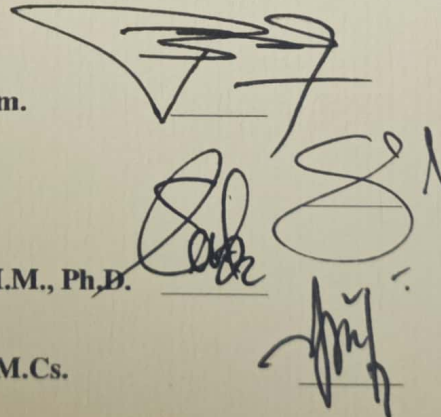
DEWAN PENGUJI:

Ketua : Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.

Sekretaris : Siti Monalisa, ST., M.Kom.

Anggota 1 : Saide, S.Kom., M.Kom., M.I.M., Ph.D.

Anggota 2 : Fitriani Muttakin, S.Kom., M.Cs.



Lampiran Surat :
Nomor : Nomor 25/2021
Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Fadli
NIM : 11950314952
Tempat/Tgl. Lahir : Pangat / 12 Februari 2001
Fakultas/Pascasarjana : Sains dan Teknologi
Prodi : Sistem Informasi
Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:
Dampak E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Website Blibli

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 16 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Muhammad Fadli

NIM : 11950314952

* pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum, dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada peneliti. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan atas izin penulis dan harus dilakukan mengikuti kaedah dan kebiasaan ilmiah serta menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin tertulis dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan dapat meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya dengan mengisi nama, tanda peminjaman, dan tanggal pinjam pada *form* peminjaman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PERNYATAAN

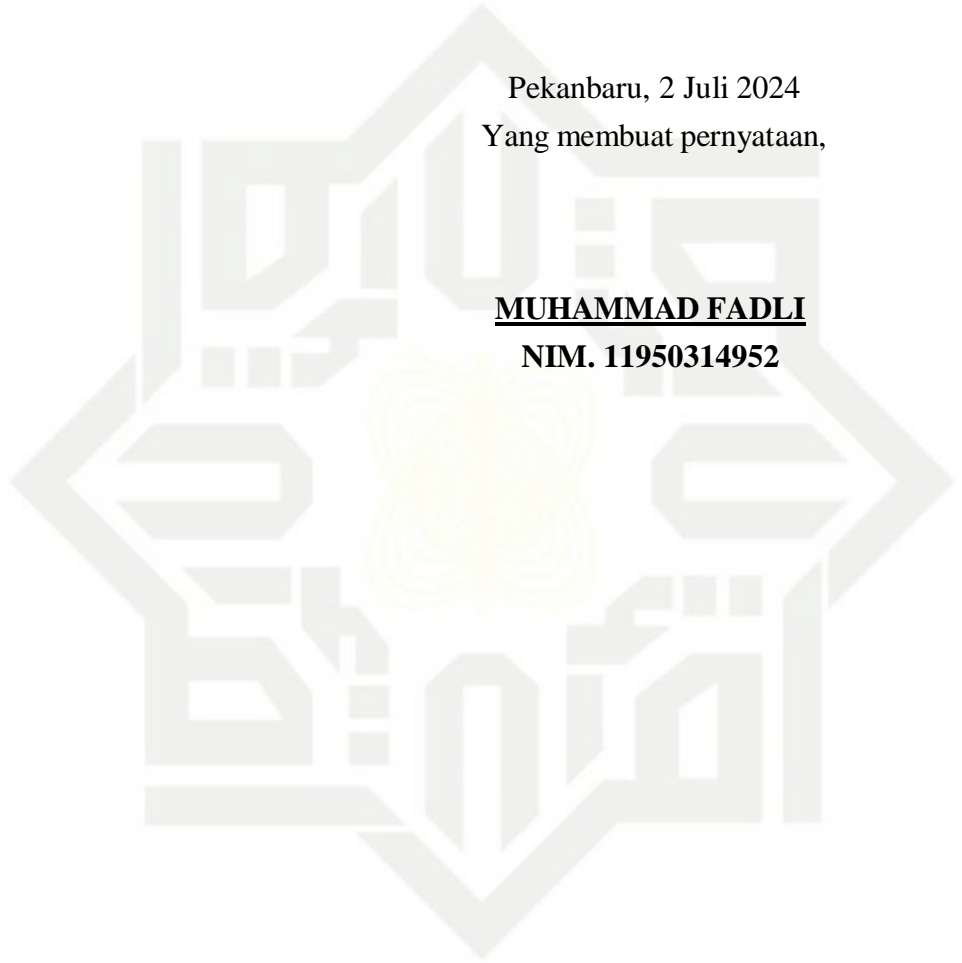
Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan di dalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 2 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,

MUHAMMAD FADLI

NIM. 11950314952



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, segala puji bagi Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* sebagai bentuk rasa syukur atas segala nikmat yang telah diberikan tanpa ada kekurangan sedikitpun. *Sholawat* beserta salam tak lupa pula kita ucapkan kepada Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam* dengan mengucapkan *Allahumma Sholli'ala Sayyidina Muhammad Wa'ala Ali Sayyidina Muhammad*. Semoga kita semua selalu senantiasa mendapat syafa'at-Nya di dunia maupun di akhirat, *Aamiin Ya Rabbal'alaamiin*. Kupersembahkan hadiah istimewa karya kecil ini sebagai salah satu hadiah istimewa bentuk bakti, rasa terima kasih, dan hormatku kepada orang tuaku tercinta, ayah dan ibu.

Ayah Nonga dan ibu Tarmiati tersayang, terima kasih untuk setiap perjuangan yang kalian usahakan, do'a yang selalu kalian berikan disetiap sujud panjangmu, membimbing, dan mendorong saya dalam kebaikan dan selalu ada saat keadaan tersulit sekalipun. Terima kasih untuk segala pengorbanan yang kalian lakukan. Sampai kapanpun tiada rasa dan cara yang dapat membalas semua yang telah kalian lakukan. Untuk itu saya anakmu ini selalu mendoakan yang terbaik untuk ayah dan ibu agar bahagia dunia dan akhirat, serta diberikan tempat istimewa di sisi-Nya kelak sehingga kita bisa berkumpul kembali bersama-sama di Jannah-Nya. Kemudian ucapan terima kasih juga saya berikan kepada adik yang sangat saya cintai. Terima kasih untuk segala waktu berharga yang telah dilalui bersama, do'a, dan dukungan yang tiada hentinya.

Terima kasih juga saya ucapkan kepada Bapak dan Ibu Dosen Sistem Informasi yang selama ini sudah mewariskan ilmu, motivasi, dan arahan untuk menyelesaikan studi di Program Studi Sistem Informasi ini. Terima kasih untuk Iswanto dan Ade Kurniawan yang telah menemani, memberikan motivasi, dan semangatnya. Kemudian untuk teman-teman seperjuangan, terima kasih atas dukungan dan motivasi yang diberikan. Semoga selalu mendapatkan rahmat serta karunia-Nya, dan dilimpahkan kemudahan yang berlipat ganda. *Aamiin*.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, bersyukur kehadiran Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. *Sholawat* serta salam tidak lupa pula kita ucapkan kepada Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam* dengan mengucapkan *Allahumma Sholli'Ala Sayyidina Muhammad Wa'Ala Ali Sayyidina Muhammad*. Tugas Akhir ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer di Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada penulisan Tugas Akhir ini, terdapat beberapa pihak yang sudah berkontribusi dan mendukung peneliti baik berupa materi, moril, dan motivasi. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunas, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Hartono, M.Pd sebagai Dekan Fakultas Sains dan Teknologi.
3. Bapak Eki Saputra, S.Kom., M.Kom sebagai Ketua Program Studi Sistem Informasi sekaligus Ketua Sidang peneliti yang telah memberikan arahan dan masukan pada penelitian ini.
4. Ibu Siti Monalisa, ST., M.Kom sebagai Sekretaris Program Studi Sistem Informasi sekaligus Dosen Pembimbing Tugas Akhir dan Dosen Pembimbing Akademik peneliti yang telah meluangkan waktu dan membimbing peneliti hingga dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini. Motivasi yang diberikan akan selalu peneliti ingat dan dijadikan sebagai pelajaran hidup.
5. Bapak Tengku Khairil Ahsyar, S.Kom., M.Kom sebagai Kepala Laboratorium Program Studi Sistem Informasi.
6. Ibu Zarnelly, S.Kom., M.Sc sebagai Ketua Sidang peneliti yang telah memberikan arahan dan masukan pada penelitian ini.
7. Bapak Saide, S.Kom, M.Kom, M.I.M., Ph.D sebagai Penguji I yang telah banyak memberikan arahan, masukan, nasihat, serta motivasi dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
8. Ibu Fitriani Muttakin, S.Kom., M.Cs sebagai Penguji II yang juga telah banyak memberikan arahan, masukan, dan nasihat dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
9. Seluruh Pegawai dan *Staff* Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membantu dan mempermudah proses administrasi selama perkuliahan ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Kedua orang tua peneliti yaitu Ayah Nonga dan Ibu Tarmiati tercinta yang tanpa lelah selalu memberikan semangat, motivasi, dukungan, serta do'a terbaiknya, dan selalu menjadi motivasi peneliti dalam menyelesaikan Strata 1 (S1) ini. Terima kasih atas segala keringat, jerih payah pengorbanan, dan kerja keras yang telah kalian berikan dengan penuh keikhlasan demi menuju kesuksesan anakmu ini. Semoga Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* selalu menjaga dan melindungi ayah dan ibu dimanapun kalian berada.
 11. Kepada teman teman seperjuangan yaitu Muhammad Iqbal, Yudistira Arya, Hendri Gunawan, Beri, dan Olpis Fahrianda yang telah menemani peneliti dari awal perkuliahan serta memberikan motivasi dan semangat kepada peneliti.
 12. Teman spesial Rina Rahmawati Laili terimakasih telah menjadi bagian perjalanan saya serta memberikan dukungan kepada peneliti.
 13. Kepada sahabat seperjuangan Kelas F 19 yang telah berjuang bersama menuntut ilmu dalam mengejar mimpi.
 14. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu yang terlibat dalam perjuangan penyelesaian pendidikan Strata 1 (S1) yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan semangat kepada peneliti baik dalam pengumpulan data maupun penyusunan Tugas Akhir ini.
- Semoga segala do'a dan dorongan yang telah diberikan selama ini menjadi amal kebajikan dan mendapat balasan setimpal dari Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*. Peneliti menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan Tugas Akhir ini yang dapat dikirim melalui email 11950314952@students.uin-suska.ac.id. Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih.

Pekanbaru, 12 Juli 2024

Peneliti,

UIN SUSKA RIAU

MUHAMMAD FADLI

NIM. 11950314952

Program Studi Teknik Informatika Universitas Pamulang ISSN: 2654-3788
 Jl. Raya Puspipetek No.46, Buaran, Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten, Indonesia 15310 e-ISSN: 2654-4229

Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi

ISSN: SK no. 0005.26543788/JI.3.1/SK.ISSN/2018.10 - 5 Oktober 2018 (mulai edisi Vol. 1, No. 1, Oktober 2018)
 e-ISSN: SK no. 0005.26544229/JI.3.1/SK.ISSN/2018.10 - 24 Oktober 2018 (mulai edisi Vol. 1, No. 1, Oktober 2018)



Date: June 20th, 2024

Letter of Acceptance

Dear Authors:

Muhammad Fadli, Siti Monalisa, Fitriani Muttakin

Department of Information System, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau,
 Pekanbaru, Indonesia

e-mail: 11950314952@students.uin-suska.ac.id


It's a great pleasure to inform you that after the peer review process, your article entitled "**Dampak E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Website Blibli**" has been **Accepted** and considered for publication in Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi (ISSN: 2654-3788 e-ISSN: 2654-4229) **Volume 7, Issue 3, July 2024**.

Thank you for submitting your work to this journal. We hope to receive in future too.

Best Regards,

Editor-in-Chief

Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi



(Aries Saifudin)


Program Studi Teknik Informatika Universitas Pamulang ISSN: 2654-3788
 Jl. Raya Puspipetek No.46, Buaran, Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten, Indonesia 15310 e-ISSN: 2654-4229
Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi
 ISSN: SK no. 0005.26543788/JI.3.1/SK.ISSN/2018.10 - 5 Oktober 2018 (mulai edisi Vol. 1, No. 1, Oktober 2018)
 e-ISSN: SK no. 0005.26544229/JI.3.1/SK.ISSN/2018.10 - 24 Oktober 2018 (mulai edisi Vol. 1, No. 1, Oktober 2018)

Tanggal: 20 Juni 2024

Surat Penerimaan

Penulis yang terhormat:

Muhammad Fadli, Siti Monalisa, Fitriani Muttakin

Department of Information System, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau,
Pekanbaru, Indonesia

e-mail: 11950314952@students.uin-suska.ac.id

Dengan senang hati kami informasikan bahwa setelah proses peer review, artikel Anda yang berjudul **"Dampak E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Website Blibli"** telah **Diterima** dan dipertimbangkan untuk dipublikasikan di Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi (ISSN: 2654-3788 e-ISSN: 2654-4229) **Volume 7, Issue 3, Juli 2024**.

Terima kasih atas kiriman artikel Anda ke jurnal ini. Kami berharap dapat menerima artikel Anda yang lain di masa yang akan datang.

Salam,

Pemimpin Redaksi

Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi



(Aries Sanudin)



Dampak E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Website Blibli

Muhammad Fadli¹, Siti Monalisa², Fitriani Muttakin³

^{1,2,3,4}Department of Information System, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, Indonesia

e-mail: ¹11950314952@students.uin-suska.ac.id, ²siti.monalisa@uin-suska.ac.id, ³fitrianimuttakin@uin-suska.ac.id

Submitted Date: MMMM dd, yyyy
 Revised Date: MMMM dd, yyyy

Reviewed Date: MMMM dd, yyyy
 Accepted Date: MMMM dd, yyyy

Abstract

Blibli.com is one of the most popular web-based e-commerce platforms in Indonesia, continuously striving to provide the best service to ensure customer satisfaction and encourage repeat purchases. The issues identified in this study include the monotonous design of the Blibli platform, making it difficult to use and infrequently updated. Additionally, administrative responses often take time and lack user-friendly instructions. Furthermore, customers frequently express dissatisfaction with Blibli's ecommerce due to unfriendliness and difficulties in reporting poor service. The relationship between e-service quality, customer satisfaction, and customer loyalty on Blibli.com needs to be measured to understand its impact, serving as the background for this research. This study employs a quantitative method using nonprobability and purposive sampling techniques to collect data through questionnaires from 96 respondents who are Blibli.com users within the UIN SUSKA RIAU community. Data analysis utilizes Structural Equation Modeling (SEM) and SMARTPLS 4 software. The research findings indicate that customer satisfaction significantly influences customer loyalty, with a path coefficient of 0.414, a P-value of 0.003, and a T-value of 2.952 (> 1.96). Additionally, e-service quality also significantly influences customer loyalty, with a path coefficient of 0.462, a P-value of 0.001, and a T-value of 3.362 (> 1.96).

Keywords: Blibli.com; E-service; Customer loyalty; Customer Satisfaction.

Abstrak

Blibli.com menjadi salah satu e-commerce berbasis web terpopuler di Indonesia yang terus berupaya memberikan pelayanan terbaik untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan menggiring mereka untuk melakukan pembelian kembali. Masalah yang terdapat pada penelitian ini yaitu desain pada platform Blibli terlihat monoton, sehingga sulit digunakan dan jarang mendapat pembaruan. Serta respon dari admin sering memakan waktu, tanpa memberikan petunjuk yang memudahkan pengguna. Serta juga konsumen sering tidak puas dengan ecommerce di Blibli karena tidak ramah dan sulit mengadukan pelayanan yang buruk. Hubungan e-service quality terhadap customer satisfaction dan customer loyalty pada situs Blibli.com perlu diukur untuk mengetahui pengaruhnya, sehingga hal tersebut menjadi latar belakang dari penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik nonprobability sampling dan purposive sampling untuk penarikan sampel. Data dikumpulkan melalui kuesioner dari 96 responden pengguna Blibli.com di lingkungan UIN SUSKA RIAU. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dan perangkat lunak SMARTPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan customer satisfaction memiliki pengaruh signifikan terhadap customer loyalty dengan nilai koefisien jalur 0.414, nilai P-value 0.003, dan nilai T 2.952 (> 1.96). Selain itu, e-service quality juga memiliki pengaruh signifikan terhadap customer loyalty dengan nilai koefisien jalur 0.462, nilai P-value 0.001, dan nilai T 3.362 (> 1.96).

Keywords: Blibli.com; E-service; Customer loyalty; Customer Satisfaction.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau untuk sebagian atau seluruhnya tanpa izin UIN Suska Riau.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

1. Pendahuluan

Munculnya internet yang dapat diakses melalui ponsel pintar telah secara signifikan menyederhanakan aktivitas kita sehari-hari, khususnya berbelanja, yang kini dapat dilakukan dengan mudah secara online atau jarak jauh. Hal ini telah menyederhanakan proses bagi konsumen dan produsen. Konsumen mendapat manfaat dari penghematan waktu dan biaya dalam mengakses informasi, memilih produk yang sesuai, dan melakukan pembelian yang disesuaikan dengan kebutuhannya. Sementara itu, produsen mengalami peningkatan pendapatan, peningkatan profitabilitas, pengurangan biaya operasional, dan perluasan jangkauan pasar melalui saluran belanja online.

Dunia budaya berubah karena kemajuan teknologi informasi. Masyarakat, perusahaan, dan organisasi mengakui hal ini. Fakta tersebut tentu menjadi rintangan yang unik bagi pelaku bisnis karena menimbulkan keinginan pelanggan untuk memakai barang ataupun jasa serta membangun hubungan yang dekat di antara pelanggan dan pelaku bisnis. Kualitas pelayanan faktor penentu keberhasilan yang memengaruhi persaingan bisnis. Kualitas layanan berbasis website atau kualitas layanan online, merupakan pendekatan baru pada kualitas layanan yang berfokus pada ruang lingkup e-commerce.

Kepuasan pelanggan adalah faktor lainnya yang juga penting untuk diperhatikan oleh pelaku bisnis. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai suatu tingkatan tentang keinginan, kebutuhan, dan juga harapan pelanggan dapat terpenuhi, sehingga memberikan dampak positif dengan banyaknya pembelian atau loyalitas yang lebih lama. Karena itu, peningkatan kepuasan pelanggan sangat penting karena berdampak positif pada bisnis e-commerce.

Hasil survei kualitas produk di dua toko online menunjukkan bahwa kenyamanan dalam penggunaan aplikasi mobile lebih tinggi di Tokopedia dengan nilai 9,4%, dibandingkan dengan Blibli.com yang hanya sebesar 4,6%. Ini artinya Tokopedia memiliki keunggulan dalam hal memberikan kenyamanan pengguna dibandingkan dengan Blibli.com. Kualitas produk dinilai berdasarkan keunggulan produk, sehingga produk yang dipasarkan wajib memiliki nilai lebih yang tidak dimiliki oleh produk lain. Kualitas produk yang baik tentu akan memberikan dampak positif

pada minat pembeli untuk membeli produk tersebut (Herawati, 2020).

Kepercayaan konsumen saat melakukan belanja online di Blibli.com didasari oleh keamanan transaksi yang ditawarkan. Fenomena yang marak terjadi pada aspek keamanan transaksi adalah tingginya resiko penipuan saat melakukan pembelian online dan tidak dapat mengajukan pengembalian dana (refund) atas barang yang tidak sampai ataupun rusak. Namun, dengan hadirnya fitur keamanan belanja yang ditawarkan oleh Blibli.com, konsumen merasa lebih tenang dan aman saat melakukan transaksi, sehingga tingkat kepercayaan pelanggan menjadi meningkat. Sikap saling percaya dan komitmen antara konsumen dengan pemilik toko online tersebut dinilai mampu meningkatkan minat beli konsumen (Sari, 2020).

Kualifikasi layanan e-commerce dan nilai yang dilihat pelanggan merupakan beberapa faktor yang juga memberikan pengaruh pada tingkat penjualan e-commerce. Nilai layanan e-commerce ini sangat penting bagi pelanggan dalam memilih perusahaan e-commerce. Melalui hasil penelitian menunjukkan bahwasannya kualitas produk memang sangat berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Semakin baik kualitas suatu produk yang ditawarkan, maka minat beli pelanggan juga semakin meningkat (Ati, 2020).

Berorientasi pada pelanggan, konsumen e-commerce memiliki karakteristik yang sedikit berbeda dibandingkan dengan konsumen biasa. Dalam transaksi jual beli konvensional, konsumen dapat secara langsung mengevaluasi kualitas produk, sementara dalam transaksi dengan pemasar online, mereka harus mempertimbangkan berbagai risiko terkait. Pembeli tidak memiliki banyak kesempatan untuk menilai dan menguji produk melalui media web ketika membeli dari situs yang belum dikenal. Akibatnya, mereka tidak bisa sepenuhnya mengetahui kualitas barang dan jasa yang ditawarkan. Variasi produk memiliki pengaruh terhadap minat beli pelanggan. Semakin tinggi variasi yang ditawarkan suatu produk, maka semakin tinggi pula minat beli pelanggan (Isfandi, 2019).

Berdasarkan penjabaran tersebut, penelitian bertujuan untuk melakukan analisis hubungan dan pengaruh antara pelayanan pelanggan (*e-service quality*), terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), dan loyalitas pembeli pada perusahaan e-commerce Blibli.com. Proses

analisis akan tersebut dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) dengan aplikasi SmartPLS 4.

2. Landasan Teori

2.1 Pengertian Blibli

Blibli.com adalah merupakan perusahaan daro digital Djarum yang berdiri pada tahun 2010. Blibli adalah perusahaan e-commerce asli Indonesia yang berfokus untuk memberikan pilihan kepada konsumen dan institusi melalui ekosistem belanja dengan platform bisnis multi-channel yang aman untuk setiap gaya hidup terpercaya.

Sejak tahun 2011, Blibli telah memperkenalkan produk-produk pilihan melalui kolaborasi dengan vendor-vendor terpercaya dan kemitraan dengan merek-merek ternama. Blibli mengoperasikan bisnisnya dalam berbagai model, termasuk bisnis ke konsumen (B2C), bisnis ke bisnis (B2B), dan bisnis ke bisnis ke konsumen (B2B2C), yang terintegrasi secara online dan offline melalui beberapa saluran distribusi. Selama perjalanannya, Blibli telah melakukan beberapa akuisisi strategis untuk mendukung model bisnisnya, memperluas cakupannya, dan menguatkan bisnis secara berkelanjutan.

2.2 E-Service Quality (Kualitas Layanan)

Berdasarkan penelitian yang disebutkan, E-service quality merujuk pada seberapa baik suatu situs web atau platform e-commerce dapat melayani dan memfasilitasi berbagai proses transaksi elektronik, seperti belanja, pemesanan, dan pengiriman produk atau layanan. Indikator kualitas e-service yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut: (1) Desain website adalah bagaimana suatu website memberikan tampilan yang menarik, memberikan gambaran merek, dan mampu menarik konsumen untuk mengunjungi website tersebut; (2) Layanan konsumen diukur melalui tingkat layanan konsumen yang diberikan dan sistem pelayanan komplain; dan (3) Privasi/keamanan adalah indikator yang berhubungan dengan tingkat layanan konsumen yang diberikan dan tingkat layanan yang diberikan. (Rita, Oliviera, dan Farisa, 2019)

E-service quality mencerminkan efektivitas dan efisiensi suatu situs web e-commerce dalam memenuhi kebutuhan konsumen serta menyediakan pengalaman berbelanja yang baik. Konsep ini menekankan pentingnya aspek-aspek seperti kecepatan, keandalan, kemudahan

penggunaan, dan ketersediaan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen selama proses transaksi elektronik. (Santika dan Pramudana, 2018).

2.3 Customer Satisfaction (Kepuasan Pelanggan)

Dalam literatur akademis, E-customer satisfaction merujuk pada tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau layanan yang dibeli secara elektronik, seperti melalui platform online atau aplikasi. Konsep ini menyoroti pentingnya memenuhi harapan konsumen dalam konteks digital, termasuk aspek seperti kemudahan penggunaan situs web atau aplikasi, kualitas produk atau layanan, pengalaman pengguna yang memuaskan, dan lain sebagainya. Penelitian oleh Singh et al. (2023) menegaskan bahwa kepuasan konsumen dalam konteks elektronik sangat dipengaruhi oleh sejauh mana produk atau layanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara efektif dan menyenangkan.

2.4 Pemodelan Persamaan Struktural (SEM)

Struktural Equation Modeling (SEM) adalah sebuah metode analisis statistika yang kuat dan fleksibel dalam menguji hubungan kompleks antara variabel-variabel dalam sebuah model. SEM menggunakan teknik statistik untuk menguji dan mengkonfirmasi model yang diusulkan berdasarkan data empiris yang diperoleh dari penelitian. (Pamungkas Rion Prihans, 2022) peneliti dapat membangun model statistik yang kompleks dan menguji kecocokannya dengan data empiris. Hal ini membuat SEM menjadi alat yang sangat berharga dalam penelitian sosial, psikologis, dan ilmu-ilmu lain yang memerlukan pemodelan hubungan antar variabel yang lebih kompleks daripada yang dapat ditangani oleh metode analisis statistika konvensional seperti regresi linear biasa.

2.5 Desain

Desain situs web adalah evaluasi pertama dari kualitas layanan elektronik. Konsep desain memiliki fokus yang sangat sempit dan terutama merupakan atribut terkait dengan API. Penelitian telah banyak menunjukkan hal ini Pengukuran kualitas layanan awal tidak memperhitungkan seluruh proses pembelian. Mereka berpendapat bahwa atribut yang digunakan oleh pembeli online berbeda dalam kaitannya dengan kebutuhan pelanggan pada tahap yang berbeda. atribut yang mana terkait desain aplikasi sangat penting pada tahap awal proses pembelian (Ritaet al., 2019).

2.6 Keamanan

Keamanan dibagi menjadi 3 yaitu:

- Kekuatan Kata Sandi, Kata sandi adalah pilar utama untuk melindungi akun dari penjahat dunia maya. Buat kata sandi unik menggunakan kombinasi simbol, angka, huruf kecil dan besar.
- OTP (One-Time Password) Berhati-hatilah jika Anda melihat kode OTP yang aneh di nomor ponsel Anda karena ada kemungkinan pengiriman OTP palsu untuk memungkinkan penjahat dunia maya membajak akun Anda. Jika Anda tidak yakin dengan kodenya, hubungi langsung Dukungan Penjual Blibli.
- Situs Web Penipuan, Selalu pastikan Anda mengunjungi tautan situs web yang benar dan periksa keakuratan tautan untuk menghindari macet di situs web kejahatan dunia maya nakal.

2.7 E-Commerce (Perdagangan)

Deskripsi yang diberikan mengenai e-commerce adalah sebagai berikut: E-commerce merujuk kepada kegiatan pembelian, penjualan, dan pemasaran barang dan jasa menggunakan sistem elektronik. Ini mencakup platform seperti televisi, radio, komputer, dan internet. Transaksi bisnis dilakukan melalui jaringan elektronik seperti internet, memungkinkan setiap orang yang terhubung ke internet untuk berpartisipasi dalam kegiatan e-commerce. (Akbar & Alam, 2020).

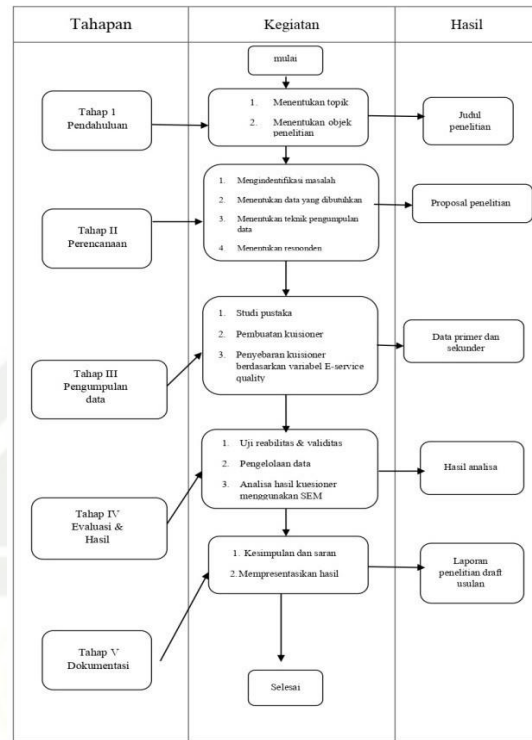
E-commerce memungkinkan pelaku bisnis untuk mencapai pasar yang lebih luas secara global, memfasilitasi transaksi tanpa batas geografis atau waktu. Hal ini telah mengubah cara tradisional berbelanja dan berbisnis, memberikan kemudahan dalam berbagai aspek seperti kemudahan akses, kemudahan transaksi, dan berbagai pilihan produk yang lebih luas.

2.8 Smart PLS Versi 4.0

SMART PLS adalah teknik yang digunakan untuk memprediksi hubungan antar konstruk, mengkonfirmasi teori, dan menguji hubungan antara variabel laten dalam model. Aplikasi ini terdiri dari dua model, yaitu Inner Model dan juga Outer Model. Lebih lanjut, inner Model berkaitan dengan koefisien determinasi dan uji hipotesis untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel laten, sedangkan Outer Model fokus pada uji reliabilitas dan validitas.

3. Metodologi Penelitian

Seluruh tahapan pada penelitian ini disusun secara garis besar melalui flowchat yang dapat dilihat melalui gambar 1.



Gambar 1. Metodologi Penelitian

Tahapan awal dari metodologi penelitian yaitu tahap pertama pendahuluan yaitu menentukan topik serta objek penelitian. Selanjutnya tahap kedua yaitu perencanaan yang mana mengidentifikasi permasalahan melalui studi pustaka dan menentukan teknik pengumpulan data. Selanjutnya tahap ketiga, pengumpulan data melalui kuisioner menggunakan google form berdasarkan variabel E-Service Quality dengan fokus penelitian pada pengguna aplikasi Blibli.com. Data yang terkumpul akan dianalisis secara mendalam dengan menggunakan perangkat lunak pengolahan data, yaitu SmartPLS 4. Adapun penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

3.1 Populasi dan Sampel

Pada tahapan ini untuk mencari jumlah dari sampel yaitu menggunakan rumus Lemeshow (1997). Karena pada penelitian ini Rumus Lemeshow dapat dilihat pada persamaan di bawah ini:

$$n = \frac{Z^2 \times p(1 - p)}{d^2} \dots (1)$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel penelitian
- z Nilai atau skor pada kepercayaan (95% = 1,96)
- p Maksimal estimasi (0,5)
- d Alpha / Sampling error 10%

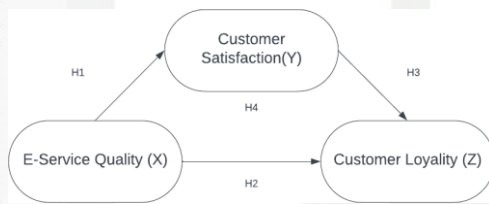
Berdasarkan persamaan (1), maka:

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96$$

Dari perhitungan tersebut, nilai yang diperoleh adalah 96. Itu artinya peneliti akan menggunakan sampel sebanyak 96 responden dengan kriteria konsumen pernah melakukan membeli minimal 1 barang di website blibli.com.

3.2 Hipotesis



Gambar 2. Hipotesis

Berikut ini adalah beberapa hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini:

- H1 :E-service quality (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap customer satisfaction (Y) pengguna blibli.
- H2 :E-service quality (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap customer loyalty (Z) pengguna blibli.
- H3 :Customer satisfaction (Y) memiliki pengaruh terhadap customer loyalty (Z) pengguna blibli.
- H4 :Customer satisfaction (Y) memediasi pengaruh e-service quality (X) terhadap customer loyalty (Z) pengguna blibli.

3.3 Instrumen Penelitian

Tahapan penelitian pada website blibli.com dengan instrument penelitian, yaitu sebagai berikut:

- a) Terdapat beberapa pertanyaan pada profil dari responden yang terdiri dari email responden, nama

responden, jenis kelamin responden, umur, mulai penggunaan aplikasi Blibli.com

- b) Pertanyaan yang disusun dengan indikator dari setiap variabel model SEM seperti sebagai berikut:

Tabel 1. Indikator Variabel

Variabel	Indikator	
E-Service	A01	Visual
	A02	Menu
	A03	diandalkan
	A04	menanggapi
	A05	bebas
	A06	tersusun
Customer satisfaction	B01	membantu
	B02	layanan
	B03	merespon
	B04	dipercaya
	B05	kepercayaan
	B06	pengaduan
	B07	rekomendasi
	B08	beranda
Customer loyalty	C01	kepuasan
	C02	ideal
	C03	kebutuhan
	C04	transaksi
	C05	rekomendasi
	C06	transaksi

Selanjutnya jawaban dari setiap pertanyaan yang akan digunakan dalam kuesioner disusun dengan 4 pilihan *Skala Likert* yakni sebagai berikut:

Tabel 2. Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.4 Teknik Analisis Data

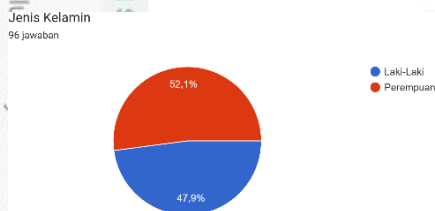
Teknik analisis data merupakan tahapan terpenting untuk untuk menyimpulkan hasil penelitian. Tahapan pertama penulis akan melakukan uji realitas dan validitas untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut layak digunakan atau tidak. Selanjutnya, peneliti melakukan analisis pada hasil kuesioner pengguna Blibli.com menggunakan tools SmartPLS dengan analisis deskriptif. Terakhir, hasil penelitian akan didokumentasikan dalam

laporan Penelitian. Seluruh data dari rangkaian penelitian akan disusun menjadi laporan yang akan diuji kembali oleh pembimbing atau penguji penelitian. Setiap data juga akan diolah dengan cermat sehingga dapat membentuk sebuah laporan penelitian yang diharapkan dapat memberikan manfaat dalam bidang penelitian yang bersangkutan.

4. Hasil Pembahasan

4.1 Jenis Kelamin

Melalui kuesioner yang telah didapatkan, diperoleh informasi tentang jumlah dan presentase jenis kelamin responden sebagai berikut.

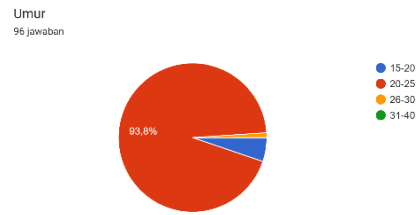


Gambar Diagram 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan bahwa hasil persentase data dari 96 mahasiswa UIN Suska Riau yang berbelanja di Blibli, mayoritas pengguna adalah wanita (52,1%) sedangkan pria (47,9%). Wanita lebih sering merekomendasikan Blibli kepada keluarga dan teman, sementara pria lebih sering berbelanja secara individu dan menggunakan aplikasi e-commerce lain. Hal ini menunjukkan bahwa Blibli lebih menarik bagi wanita karena mungkin menawarkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka dengan harga yang lumayan jauh lebih murah dari aplikasi blibli. Selain itu, wanita yang puas dan percaya pada layanan Blibli cenderung lebih bertahan dengan aplikasi blibli dan mau merekomendasikan, sedangkan pria kurang begitu. Hasil ini menunjukkan pentingnya kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dalam membangun kepercayaan dan perilaku belanja.

4.2 Usia

Melalui hasil kuesioner yang diperoleh dari responden berikut merupakan deskripsi usia responden beserta persentase setiap jangkauan umurnya sebagai berikut.



Gambar Diagram 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

berdasarkan gambar 2 menunjukkan jumlah karakteristik responden berdasarkan usia. Pada kelompok pertama yang digolongkan dengan rentang usia 20 s/d 25 tahun yang berkunjung dan bertransaksi di blibli sebanyak 90 responden (93,8%). Kelompok kedua dengan rentang usia 15 s/d 20 tahun sebanyak 5 responden (5,2%). Sedangkan 1 jumlah responden pada kelompok ketiga dengan rentang usia 26 s/d 30 tahun. Hasil dari data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung dan pelanggan Blibli adalah dari kelompok usia 20-25 tahun. Hal ini berarti kelompok usia ini memiliki minat yang tinggi terhadap layanan dan produk yang ditawarkan oleh Blibli. Penekanan pada produk yang menarik untuk usia 20-25 tahun juga mencerminkan strategi Blibli dalam menyesuaikan Layanan dan kepuasan mereka mayoritas pengguna internet yang berada dalam rentang usia tersebut. hal ini menunjukkan bahwa mereka lebih cenderung loyal terhadap platform blibli.com karena aktifitas transaksi yang tinggi

4.3 Rentang Waktu Penggunaan

Hasil kuesioner yang diperoleh dari responden, tentang waktu penggunaan beserta persentase setiap jangkauan lamanya dijelaskan sebagai berikut.



Gambar Diagram 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Waktu Penggunaan

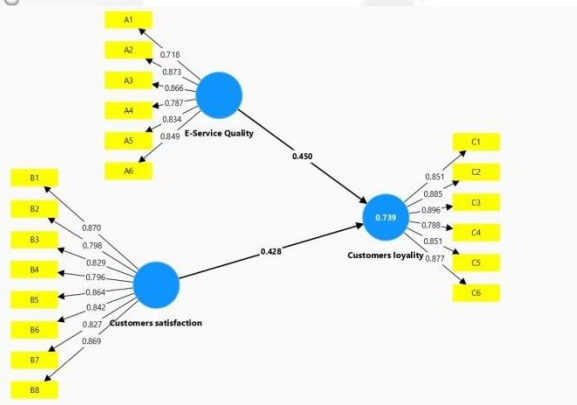
Gambar 3 menunjukkan bahwa mayoritas dari 96 mahasiswa UIN Suska Riau yang berbelanja di Blibli memiliki pengalaman sebagai berikut: 46,9% menggunakan aplikasi Blibli.com selama 6 bulan hingga 1 tahun, 12,5% selama 1 hingga 2 tahun, 18,8% kurang dari 6 bulan, dan 21,9% lebih dari 2 tahun. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa mulai

menggunakan Blibli sebagai platform belanja online dalam waktu 6 bulan hingga 1 tahun. Perkembangan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan cenderung meningkat seiring dengan lama penggunaan aplikasi. Pengguna yang telah menggunakan Blibli.com selama lebih dari 2 tahun menunjukkan tingkat kepuasan dan loyalitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan pengguna yang baru menggunakan aplikasi dalam kurun waktu kurang dari 6 bulan. Pengalaman positif dalam jangka panjang, ditambah dengan layanan yang konsisten dan berkualitas, berkontribusi pada meningkatnya kepercayaan dan perilaku loyal terhadap Blibli.com.

5. Analisis dan Pengolahan Data

5.1 Analisa Data

Analisis data dilakukan menggunakan tools Smart PLS. Dalam Smart PLS, Inner Model dan Outer Model dapat dianalisis menggunakan jalur Path. Diagram Path dari penelitian ini ditampilkan pada gambar berikut.



Gambar 4. Path Diagram

5.2 Validitas Konvergen

Validitas konvergen adalah nilai yang dijadikan acuan untuk mengukur seberapa baik hubungan antara indikator dengan variable latennya. Indikator dinyatakan memiliki validitas konvergen yang baik jika nilai faktor loadingnya lebih besar dari 0,7.

5.3 Outer Loading

Uji validitas outer loading besar korelasi antar indikator dengan variable lainnya. Indikator dianggap valid ketika menghasilkan nilai outer loading lebih tinggi dari 0,7 yang merepresentasikan adanya korelasi kuat dengan variabel laten.

Tabel 3. Hasil Outer Loading

	A	B	C
A1	0.718		
A2	0.873		
A3	0.866		
A4	0.787		
A5	0.834		
A6	0.849		
B1		0.870	
B2		0.798	
B3		0.829	
B4		0.796	
B5		0.864	
B6		0.842	
B7		0.827	
B8		0.869	
C1			0.851
C2			0.885
C3			0.896
C4			0.788
C5			0.851
C6			0.877

5.4 Uji Realibilitas

Realibilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi alat ukur dan juga konsistensi responden ketika mengisi kuesioner. Ada dua cara pengukuran untuk uji realibilitas, yakni Composite Realibility dan Cronbach's Alpha dengan nilai yang lebih besar dari 0,7

	Cronbach's alpha	Composite realibility (rho_c)
A	0.904	0.926
B	0.939	0.949
C	0.928	0.944

Tabel 4. Uji Reabilitas

5.5 R Square

Tabel 5. R Square

	R-square	R-square adjusted
C	0.739	0.733

Nilai R square variable loyalitas konsumen (C) sebesar 0,732, hal ini menandakan variabel kualitas pelayanan (B) dan kepuasan konsumen (A) mampu menjelaskan variabel loyalitas konsumen (C) sebesar 20,3%, maka dapat disimpulkan bahwa model dianggap lemah.



6. Pengujian Hipotesis

Tahapan ini memiliki tujuan untuk mengetahui hipotesis yang dirumuskan dapat diterima ataupun tidak. Proses pengujian tersebut menggunakan metode bootstrap dengan taraf signifikansi 5%. Hipotesis dapat diterima ketika nilai yang dihasilkan dari T-Statistic lebih tinggi daripada nilai T-tabel dan nilai P-value yang dihasilkan lebih rendah daripada 0,05. Hasil uji hipotesis ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STD EV)	T statistics (O/STD EV)	P values
A > C	0.450	0.439	0.149	3.021	0.003
B > C	0.428	0.442	0.146	2.926	0.003

Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hasil Pengujian
<i>Customer satisfactiosn</i> - > <i>customer loyalty</i>	Diterima
<i>E.service</i> - > <i>customer loyalty</i>	Diterima

1. Uji H1: Hasil uji hipotesis 1 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antar variable *Customer satisfaction* mempengaruhi *Customer loyalty* dengan nilai koefisien jalur 0.414 nilai P Values 0.003, nilai T 2.952 (<1,96). Maka hipotesis 1 diterima.
2. Uji H2: Hasil uji hipotesis 2 menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antar variable *E.service* mempengaruhi *Customer loyalty* dengan nilai koefisien jalur 0.462, nilai P Values 0.001, nilai T 3.362 (<1,96). Maka hipotesis 2 diterima.

7. Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan pada aplikasi atau website e-commerce seperti Blibli.com menunjukkan bahwa E-service quality memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (customer satisfaction). Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan elektronik yang diberikan oleh Blibli.com, seperti respons cepat terhadap keluhan pelanggan, kemudahan navigasi, ketersediaan informasi produk yang lengkap, dan lain sebagainya, berkontribusi secara positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan dengan platform tersebut.

Selain itu, penelitian juga menemukan bahwa E-service quality memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan (customer loyalty). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan elektronik yang diberikan oleh Blibli.com, semakin tinggi aktivitas loyalitas pelanggan terhadap platform tersebut. Faktor-faktor seperti kenyamanan penggunaan, keandalan layanan, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan dapat menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pelanggan untuk tetap menggunakan Blibli.com dalam jangka waktu yang lebih lama.

Dengan demikian, penelitian ini menyoroti pentingnya E-service quality dalam mempengaruhi persepsi dan perilaku pelanggan terhadap platform e-commerce seperti Blibli.com. Fokus pada peningkatan kualitas layanan elektronik dapat menjadi strategi yang efektif bagi Blibli.com untuk memperkuat kepuasan dan loyalitas pelanggan mereka, serta meningkatkan daya saing mereka dalam industri e-commerce.

8. Saran

Analisis Interaksi Antara E-trust, Harga, dan Kualitas Produk: Penelitian dapat mengeksplorasi bagaimana kepercayaan konsumen terhadap platform e-commerce memengaruhi persepsi mereka terhadap harga dan kualitas produk yang ditawarkan. Misalnya, apakah konsumen cenderung lebih bersedia membayar harga yang lebih tinggi jika mereka memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap platform tersebut, atau bagaimana kepercayaan memengaruhi penilaian mereka terhadap kualitas produk.

Menggunakan teknik analisis data dan pemodelan statistik, penelitian dapat mengembangkan model prediktif untuk memperkirakan tingkat kepercayaan konsumen, perilaku harga, dan preferensi produk berdasarkan berbagai faktor seperti kualitas layanan dan atribut platform e-commerce lainnya.

Melalui penelitian yang mendalam tentang topik ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konteks e-commerce, serta memberikan wawasan yang berharga bagi praktisi bisnis dalam mengoptimalkan strategi mereka dalam mengelola platform e-commerce mereka.

References

Abid, M. M. F., & Dinalestari. (2019). *Pengaruh E-Security dan E-Service Quality Terhadap E-Repurchase Intention Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen E-Commerce Lazada di Fisip Undip*. Diponegoro Journal Of Social And Politic.

Ali, A., & Bhasin, J. (2019). *Understanding Customer Repurchase Intention in E-commerce: Role of Perceived Price, Delivery Quality, and Perceived Value*. Jindal Journal of Business Research.

Amadea, C. (2017). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang the Influences of E-Service Quality on Repurchase Intention Consumer Online Zalora*.

Aulia, D., & Ikhwana, A. (2012). *Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Sutra Dengan Pendekatan Scorecard (Studi Kasus Di Pabrik Sutra Tiga Putra)*.

Anikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka

Cipta Barnes, S., & Vidgen, R. (2002). *An Integrative Approach to the Assessment of E-Commerce Quality*. Journal of Electronic Commerce Research

Catur, H., Hasman, P., Ginting, P., & Rini, E. S. (2019). *The Influence of E-Service Quality on E-Satisfaction and Its Impact on Repurchase Intention in Using E-Commerce Applications on Students of Universitas Sumatera Utara*. 6(October).

Chesanti, P. C., & Setyorini, R. (2018). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Sebagai Pengguna Aplikasi Pln Mobile*. Jurnal Penelitian Pendidikan

Dian, R., Dan, A., & Rusfian, E. Z. (2013). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction (Studi Pada Online Shop Gasoo Galore)*. 1999.

Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Fauzi, A. A. (2018). *Electronic Service Quality on Mobile Application of Online Transportation Services*. Jurnal Manajemen Indonesia

Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. BadanPenerbit Universitas Diponegoro.

Mappadecheng, Riko. (2018). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Pada Toko Online Bukalapak*. Jurnal Manajemen dan Sains.

Nasution H., F. A. (2019). *The Effect of E-Service Quality on E-Loyalty Through E-Satisfaction on Student of OVO Application Users at The Faculty of Economic ibrahims and Bussiness University of North Sumatera Indonesia*. European

Pramono Hadi, S., & Nugroho, E. (2017). *Penerapan Information Technology Balanced Scorecard (IT BSC) Pada Perancangan Tata Kelola Teknologi Informasi Menggunakan Kerangka Kerja Cobit*. Journal of Marketing and ManagementStudies.

Rita, Paulo. (2019). *The Impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping*. Elseiver

Sari, Hervina. Et all. (2019) *The Effect of E-Service Quality on E-Loyalty Through E-Satisfaction on Student of OVO Application User at The Faculty of Economics and Bussiness*. Universitas Sumatra

Shivany, Sathiyavany. (2018). *E-banking service quality, customer Satisfaction, e-loyalty: A conceptual Model*. Journal of Management and Bisnis

Sugiyono.(2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset

Sutanto, H. S. (2020). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Experience Sebagai Variabel Moderasi Pada Penggunaan Aplikasi Go-Jek Di Surabaya*. Jurnal Ekonomi danBisnis

Sutrisono, N. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk RM Ayam Bakar Wong Solo Jember*. Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial.

Sohibul Millah, I. (2022). *Analisis Kinerja Sistem Informasi Akademik (SIKAD)*

Menggunakan Metode IT Balanced Scorecard Di Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap. In JOINICS Journal Of Informatics And Computer Sciences (Vol. 1, Issue 1).

Surya, R. Z. (2018). *Analisa Keselarasan SDG Dengan Program Pembangunan Desa Seresam Di Desa Seresam Di Kabupaten Indragiri Hulu.*

Thi, Nga. (2019). *The Impact of E-Service Quality on the Customer Satisfaction and Cunsomer Engagement Behaviors Toward Luxury Hotels.* Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism.

Widia, Windy. (2020). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada OYO Indonesia.*

Yulia, Debi. (2022). *Analisis Pengaruh Dimensi E-Service Quality Terhadap E- Customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty Pada Pengguna Aplikasi Shopee.*

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN A

KUESIONER PENELITIAN

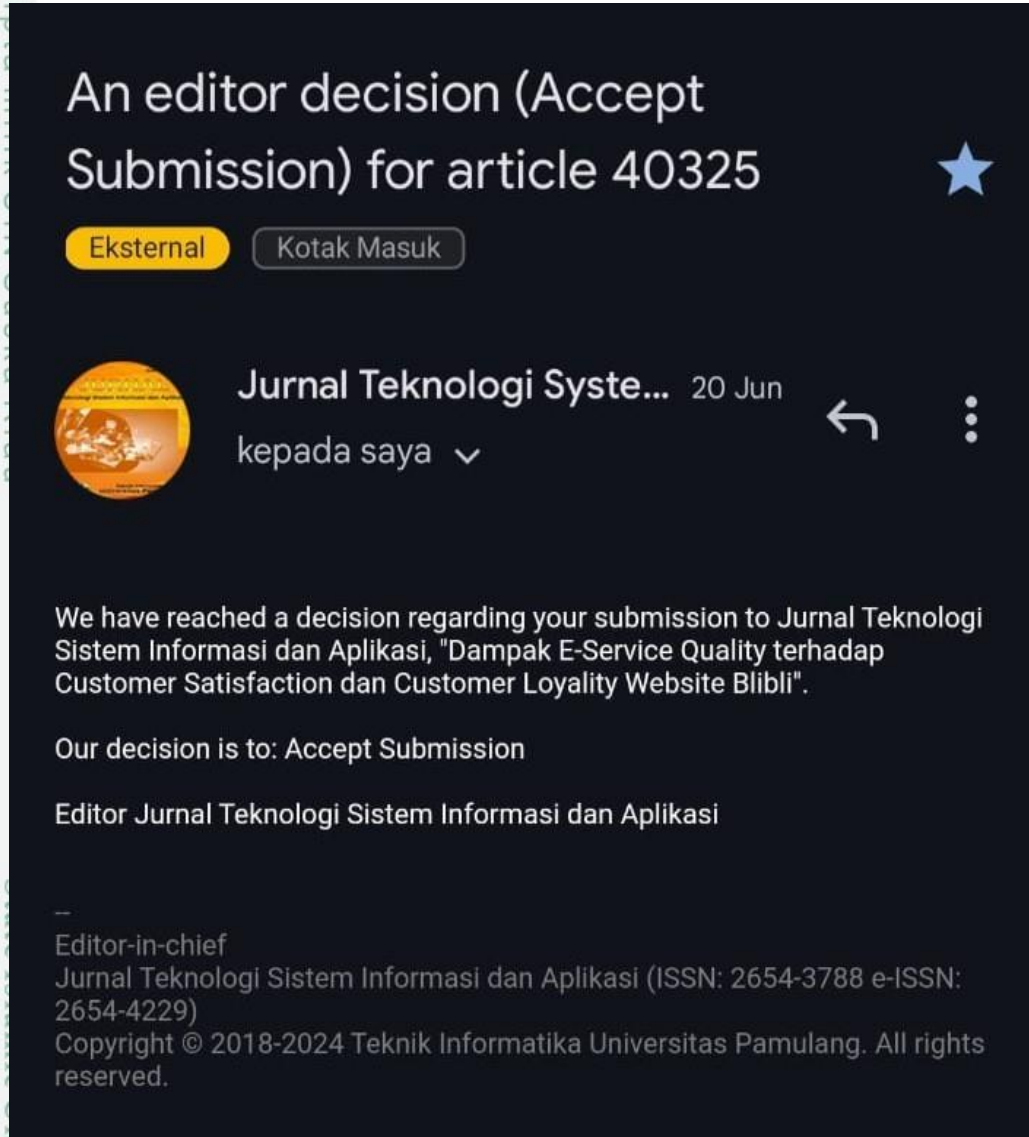
The image shows a screenshot of a survey form on a mobile device. At the top, there is a navigation bar with 'Pertanyaan', 'Jawaban 96', and 'Setelan'. Below this is the Blibli.com logo with the tagline 'BIG CHOICES BIG DEALS'. The main title of the survey is 'DAMPAK E-SERVICE QUALITY DAN CUSTOMER SATISFACTION, TRUST, CUSTOMER BEHAVIORAL PADA WEBSITE BLIBLI.COM'. The form contains a message from the researcher, Muhammad Fadli, a student at UIN Suska Riau, explaining the purpose of the research and requesting participation. The message is followed by fields for 'Email *' and 'Nama *', both with 'Teks jawaban singkat' (short answer text) input fields.

Gambar A.1. Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN B KEPUTUSAN EDITOR

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar B.1. Bukti Keputusan Editor



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Muhammad Fadli, lahir di Rengat pada tanggal 12 Februari 2001 dari pasangan seorang Ayah Nonga dan Ibu Tarmiati, anak ketiga dari tiga bersaudara. Peneliti bertempat tinggal di Rengat, Kelurahan Kampung besar kota, Kecamatan Indragiri Hulu, Kota Rengat, Riau. Pada tahun 2013 berhasil menyelesaikan pendidikan SD di SDN 001 Rengat, kemudian melanjutkan pendidikan ke MTS YPAIR Rengat dan lulus pada tahun 2016. Setelah tamat dari tingkatan sebelumnya, peneliti langsung memutuskan untuk melanjutkan ke SMKN 1 Rengat dan berhasil lulus pada tahun 2019. Setelah menyelesaikan pendidikan dibangku sekolah, peneliti melanjutkan pendidikan Strata Satu (S1) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, tepatnya Fakultas Sains dan Teknologi, Jurusan Sistem Informasi pada tahun 2019. Saat menempuh masa perkuliahan, peneliti melakukan Kuliah Kerja Nyata di Desa Danau tiga, Kecamatan Rengat barat, Kabupaten Indragiri hulu, Riau. Peneliti berhasil menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) dengan judul penelitian “Dampak *E-Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty Website Blibli*”. Untuk menjalin komunikasi yang baik dengan peneliti, dapat menghubungi peneliti melalui email 11950311591@students.uin-suska.ac.id.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.