

Nomor Daftar: 013/S/BD/6/VIII/2024

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-TRUST* DENGAN
MODERASI *EMBEDDED INSURANCE* PADA LAYANAN PROTEKSI
PRODUK DI SHOPEE**

SKRIPSI

Diajukan untuk Persyaratan Penelitian dan Penulisan Skripsi sebagai Bagian dari
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi
Bisnis Digital



Oleh
Lanina Astrid Chrysant Vrij
NIM 2004052

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KAMPUS TASIKMALAYA
2024**

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-TRUST* DENGAN
MODERASI *EMBEDDED INSURANCE* PADA LAYANAN PROTEKSI
PRODUK DI SHOPEE**

Oleh
Lanina Astrid Chrysant Vrij

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Bisnis Program Studi Bisnis Digital

© Lanina Astrid Chrysant Vrij
Universitas Pendidikan Indonesia
Juli 2024

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lain tanpa izin dari penulis

LANINA ASTRID CHRYSANT VRIJ

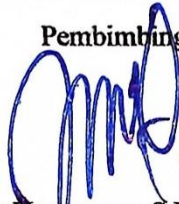
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LANINA ASTRID CHRYSANT VRIJ

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-TRUST* DENGAN
MODERASI *EMBEDDED INSURANCE* PADA LAYANAN PROTEKSI
PRODUK DI SHOPEE**

disetujui dan disahkan oleh dosen pembimbing:

Pembimbing I



Adam Hermawan, S.Kom., MBA

NIP 920190219930105101

Pembimbing II



Adi Prehanto S.S., M.Pd.

NIP 920200419880223101

Mengetahui,

Ketua Program Studi Bisnis Digital UPI

Kampus Tasikmalaya



Syti Sarah Maesaroh, S.P., M.M

NIP 920190219900625201

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Trust* dengan Moderasi *Embedded Insurance* pada Layanan Proteksi Produk di Shopee” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi apabila dikemudian hari saya melakukan pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Tasikmalaya, 10 Juli 2024
Yang membuat pernyataan,



Lanina Astrid Chrysant Vrij
NIM 2004052

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas seluruh karunia dan rahmat yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-trust* dengan Moderasi *Embedded Insurance* pada Layanan Proteksi Produk di Shopee” yang disusun untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Bisnis Program Studi Bisnis Digital di Universitas Pendidikan Indonesia.

Selama proses penulisan skripsi ini penulis telah mendapatkan dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga mampu mengatasi berbagai tantangan ataupun hambatan yang ada. Oleh karena itu penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya. Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari sempurna sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat dan menambah wawasan bagi semua pihak.

Tasikmalaya, 10 Juli 2024

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, karunia, kemudahan, kesempatan, dan seluruh petunjuk-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Bisnis Program Studi Bisnis Digital di Universitas Pendidikan Indonesia. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari hambatan dan rintangan. Namun, berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang telah diberikan setiap harinya.
2. Prof. Dr. Heri Yusuf Muslihin, S.Pd selaku Direktur Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya.
3. Ibu Syti Sarah Maesaroh, S.P., M.M, Selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya.
4. Bapak Adam Hermawan, S. Kom., MBA, selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia untuk membimbing dan membantu selama penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Adi Prehanto S.S., M.Pd, selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah bersedia untuk membimbing dan membantu selama penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staff pada Program Studi Bisnis Digital Universitas Pendidikan Indonesia yang telah membantu selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Kusniati dan Bapak Misiyanto sebagai orang tua yang senantiasa memberikan dukungan, kasih sayang, kepercayaan, dan perhatian yang melimpah setiap harinya.
8. Putri Dinny Decca Pusphita Sari dan M. Ibro Himmusanuhisa sebagai saudara yang juga selalu memberikan dukungan dan perhatian.
9. Pemilik NIM 02190060, 1905311028, 201942517, 201910325362, 201910325454, 1704519007, 081911433044, dan 1908105066 yang selalu memberikan dukungan dan dorongan selama menghadapi segala kesulitan

dan hambatan yang ada.

10. Teman-teman semasa kuliah yang juga selalu mendukung, membantu, dan memberikan dorongan selama masa perkuliahan, Rizka, Nadiyah, Mita, Nahda, Ghina, Nabilah, Anugerah, Sekar, dan Andi.
11. Seluruh teman-teman Bisnis Digital angkatan 2020 yang telah banyak membantu dan berbagi banyak hal sejak tahun pertama.
12. Teman-teman magang merdeka di PT Prudential Syariah Life Assurance yang telah mendukung selama proses penyusunan skripsi, Muthia, Lucky, Admiral, dan Danis.
13. Seluruh responden penelitian yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.
14. Serta terima kasih kepada pihak-pihak lain yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu atas bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis.
15. Penulis juga ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada diri sendiri karena tidak pernah berhenti untuk terus berusaha, bertahan, dan percaya kepada diri sendiri dalam menghadapi seluruh hambatan dan rintangan yang ada. Terima kasih banyak karena selalu berusaha melawan seluruh rasa takut yang ada dan selalu berani dalam mengambil kesempatan serta mencoba hal-hal baru.

Sekali lagi penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebanyak-banyaknya atas seluruh dukungan, bantuan, kesempatan, dorongan, kepercayaan, dan perhatian yang telah diberikan kepada penulis bahkan tidak hanya saat proses penyusunan skripsi ini, namun sejak awal masa perkuliahan. Semoga seluruh kebaikan yang diberikan kepada penulis dapat memberikan keberkahan dan kebahagiaan bagi pihak-pihak tersebut.

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-TRUST* DENGAN
MODERASI *EMBEDDED INSURANCE* PADA LAYANAN PROTEKSI PRODUK
DI SHOPEE**

ABSTRAK

Oleh

Lanina Astrid Chrysant Vrij

Berbelanja *online* melalui *e-commerce* telah menjadi bagian dari kebiasaan masyarakat Indonesia sehari-hari. Banyaknya kemudahan yang dirasakan menjadi alasan masyarakat gemar berbelanja *online*. Namun, banyaknya kemudahan yang dirasakan itu tidak menutup adanya risiko-risiko yang dapat mengganggu pengalaman belanja dan menimbulkan kekecewaan. Kekecewaan konsumen terhadap *e-service quality* yang diberikan bisa berdampak buruk terhadap *e-trust* pada *e-commerce* tersebut. Oleh karena itu, diperlukan upaya penanggulangan risiko dengan memberikan jaminan berupa asuransi bagi konsumen *e-commerce* melalui teknologi *embedded insurance*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* terhadap *e-trust* dengan moderasi *embedded insurance* pada layanan proteksi produk di Shopee. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausal dengan metode survey. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna aktif Shopee di Kota Bandung, Bekasi, Bogor, Depok, dan Tasikmalaya usia 17 – 39 tahun yang pernah menggunakan layanan proteksi produk di Shopee minimal satu kali. Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah menggunakan pendekatan PLS-SEM menggunakan aplikasi SmartPLS 3.2.9. Hasil dari penelitian ini yaitu pertama *e-service quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *e-trust*. Kedua terdapat pengaruh yang signifikan antara *e-service quality* terhadap *e-trust* dengan moderasi *embedded insurance*. Oleh karena itu, *embedded insurance* berhasil menjadi variabel moderasi dalam pengaruh *e-service quality* terhadap *e-trust*.

Kata Kunci: *e-service quality, embedded insurance, e-trust.*

**THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY ON CONSUMER TRUST WITH
MODERATION OF EMBEDDED INSURANCE IN THE PRODUCT PROTECTION
SERVICE ON SHOPEE**

ABSTRACT

By

Lanina Astrid Chrysant Vrij

Online shopping through e-commerce has become a part of the daily habits of Indonesian society. The ease and convenience are primary reasons people enjoy online shopping. However, these conveniences do not eliminate the risks that can disrupt the shopping experience and cause disappointment. Consumer disappointment with the provided e-service quality can negatively impact their trust in the e-commerce platform. Therefore, risk mitigation efforts are needed by offering guarantees in the form of insurance for e-commerce consumers with moderation of embedded insurance technology. This study aims to determine the effect of e-service quality on e-trust with the mediation of embedded insurance in the product protection service on Shopee. The research adopts a quantitative causal approach using a survey method. The sample includes active Shopee users in Bandung, Bekasi, Bogor, Depok, and Tasikmalaya, aged 17-39 years, who have used the product protection service on Shopee at least once. The collected data was processed using the PLS-SEM approach with the SmartPLS 3.2.9 application. The results are first, e-service quality significantly affects e-trust. Second, there is a significant effect of e-service quality on e-trust with moderation of embedded insurance. Therefore, embedded insurance successfully acts as a moderator variable in the effect of e-service quality on e-trust.

Keywords: *e-service quality, embedded insurance, e-trust.*

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..Error! Bookmark not defined.	
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 <i>E-Service Quality</i> dalam <i>E-Commerce</i>	9
2.1.2 <i>E-trust</i>	10
2.1.3 <i>Embedded Insurance</i>	12
2.1.4 Layanan Proteksi Produk pada Shopee	13
2.2 Penelitian yang Relevan	20
2.3 Kerangka Pemikiran	24
2.4 Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Objek Penelitian	27
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	28
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	28
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	31

3.2.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	31
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.2.6	Uji Instrumen.....	33
3.2.7	Analisis Data Deskriptif.....	34
3.2.8	Analisis Statistik.....	35
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1	Uji Instrumen.....	39
4.1.1	Uji Validitas	39
4.1.2	Uji Reliabilitas.....	43
4.2	Gambaran Umum Perusahaan Shopee	44
4.3	Deskripsi Responden.....	45
4.3.1	Usia Responden.....	45
4.3.2	Jenis Kelamin Responden	46
4.3.3	Domisili Responden	46
4.4	Analisis Data Deskriptif	47
4.4.1	Analisis Indeks Variabel <i>E-Service Quality</i>	49
4.4.2	Analisis Indeks Variabel <i>E-Trust</i>	53
4.4.3	Analisis Indeks Variabel <i>Embedded Insurance</i>	55
4.5	Analisis Statistik.....	59
4.5.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	59
4.5.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	64
4.6	Pembahasan	68
4.6.1	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Trust</i>	68
4.6.2	Pengaruh Moderasi <i>Embedded Insurance</i> pada Pengaruh antara <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-trust</i>	69
BAB V	SIMPULAN DAN REKOMENDASI	71
5.1	Simpulan.....	71
5.2	Implikasi Manajerial.....	71
5.3	Saran dan Rekomendasi	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jenis Proteksi Produk di Shopee	14
Tabel 2.2 Ketentuan Umum, Manfaat serta Cakupan Perlindungan, dan Pengecualian	15
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	28
Tabel 4.1 Nilai <i>Outer Loading</i> dan AVE Uji Instrumen.....	40
Tabel 4.2 Nilai Akar AVE	40
Tabel 4.3 Nilai HTMT Uji Instrumen	41
Tabel 4.4 Nilai <i>Outer Loading</i> dan AVE Uji Validitas Instrumen Akhir.....	42
Tabel 4.5 Nilai Akar AVE	43
Tabel 4.6 Nilai HTMT Uji Validitas Instrumen Akhir	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	44
Tabel 4.8 Rentang Indeks Responden.....	48
Tabel 4.9 Nilai Indeks Variabel <i>E-Service Quality</i>	49
Tabel 4.10 Nilai Indeks Variabel <i>E-Trust</i>	53
Tabel 4.11 Nilai Indeks Variabel <i>Embedded Insurance</i>	55
Tabel 4.12 Nilai <i>Loading Factor</i> dan AVE	60
Tabel 4.13 Nilai <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	61
Tabel 4.14 Nilai <i>Cross Loading</i>	61
Tabel 4.15 Nilai <i>Collinearity Statistics</i> dengan VIF.....	62
Tabel 4.16 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	63
Tabel 4.17 Nilai <i>R Square</i> dan <i>R Square Adjusted</i>	64
Tabel 4.18 Analisis Nilai <i>Size Effect</i> (f^2)	65
Tabel 4.19 Analisis Nilai <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	66
Tabel 4.20 Uji Hipotesis dengan <i>Bootstrapping</i>	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proyeksi Peningkatan Pengguna E-Commerce di Indonesia	1
Gambar 2.1 Hubungan Topik Penelitian <i>E-Service Quality</i> , <i>Insurance</i> , dan <i>E-Trust</i>	21
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1 Outer Model Uji Instrumen	39
Gambar 4.2 Outer Model Setiap Item	41
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	46
Gambar 4.6 Loading Factor dan AVE outer model	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Jadwal Penelitian	83
Lampiran 2. Instrumen Penelitian	84
Lampiran 3. Data Jawaban Responden	92
Lampiran 4 Karakteristik Responden.....	103
Lampiran 5. Outer Model Penelitian.....	104
Lampiran 6. Hasil Analisis Data	105
Lampiran 7. T-Tabel	109
Lampiran 8. Bukti Penyebaran Kuesioner	110

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, M. (2023). *E-Commerce Paling Banyak Dikunjungi Sepanjang 2023*.
[https://goodstats.id/infographic/e-commerce-paling-banyak-dikunjungi -
sepanjang-2023-aVFg5](https://goodstats.id/infographic/e-commerce-paling-banyak-dikunjungi-sepanjang-2023-aVFg5)
- Afif, Z., Azhari, D. S., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Ilmiah (Kuantitatif) Beserta Paradigma, Pendekatan, Asumsi Dasar, Karakteristik, Metode Analisis Data Dan Outputnya. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 682–693.
- Al-Khayyal, A., Alshurideh, M., Al Kurdi, B., & Aburayya, A. (2020). The Impact of Electronic Service Quality Dimensions on Customers' E-Shopping and E-Loyalty via the Impact of E-satisfaction and E-Trust: A Qualitative Approach. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. www.ijicc.net, 14(9), 257–281. www.ijicc.net
- Aminu, S. A., Olawore, O. P., & Odesanya, A. E. (2019). Perceived Risk Barriers to Internet Shopping. *KIU Journal of Social Sciences*, 5(2), 69–81. <https://www.researchgate.net/publication/334637876>
- Andora, M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pelanggan pada Platform Shopee. *Jurnal Manajerial*, 20(2), 208–216. <http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>
- Aprilia, N. E. (2021). Influence of Service Quality on Customer Loyalty Through Perceived Risk, Satisfaction, and Trust in Branchless Banking Customers (Study at PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Branch Office of Ponorogo). *Bisma: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 15(1), 56–64. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/BISMA>
- Ariyanto, M. W., & Astuti, R. D. (2023). Analysis of the Effect of Service Quality Dimensions, Perceived Value, and Trust on Customers of Delivery Services through E-Commerce. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, 7(1), 25–38. <https://doi.org/10.30988/jmil.v7i1.1063>

- Asseldonk, M. Van, Muwonge, D., Musuya, I., & Abuce, M. (2020). Adoption and Preferences for Coffee Drought Index-Based Insurance in Uganda. *Studies in Agricultural Economics*, 122(3), 162–166. <https://doi.org/10.7896/j.2053>
- Barkah, B., & Nabila, M. E. (2021). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, dan E-WOM Terhadap E-Satisfaction Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Pontianak. *Proceeding Seminar Bisnis Seri V*.
- Bestari, N. P. (2023, Maret 2). *Korban Penipuan Ecommerce RI Makin Banyak, Cek Data Terbaru!* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230302140853-37-418315/korban-penipuan-ecommerce-ri-makin-banyak-cek-data-terbaru>
- Bhatia, S. (2024). Embedded Insurance/Microinsurance in Financial Services: Key to Financial Inclusion. *IIFT International Business and Management Review Journal*. <https://doi.org/10.1177/jiift.231220778>
- Chen, Y. (2021). *National Finance A Chinese Perspective*. Springer Nature Singapore Pte Ltd.
- CNBC Indonesia. (2023). *Tokopedia Dianugerahi Sebagai E-commerce Terbaik oleh BI*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20231130190622-37-493513/tokopedia-dianugerahi-sebagai-e-commerce-terbaik-oleh-bi>
- Dadlani, P., Gour, V., Kimura, A., Kotanko, B., Popli, S., & Saj, S. (2023). *Why Asian Insurers are Ideally Positioned for Embedded Market Gains*. <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/insurance/why-asian-insurers-are-ideally-positioned-for-embedded-market-gains#/>
- Databoks. (2024, Juni 8). *Shopee, e-Commerce yang Paling Diandalkan Gen Z dan Milenial Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/06/08/shopee-e-commerce-yang-paling-diandalkan-gen-z-dan-milenial-indonesia#:~:text=Perempuan%20gen%20Z%20lebih%20banyak%20menggunakan%20Shopee%2C,Shopee%20gen%20Z.%20Sementara%20laki%20laki%20sebesar%2063%20>

- Detik News. (2023, September 25). *Shopee Express Kirimkan Pesanan Rusak Belum Ada Solusi*. detik.com. <https://news.detik.com/suara-pembaca/d-6948872/shopee-express-kirimkan-pesanan-rusak-belum-ada-solusi>
- Devprakash, C. (2023). *Scope of Embedded Insurance in Redefining the Indian Insurance Sector*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4392982>
- Earnix. (2023). *The Modern Approach to Embedded Insurance*. Earnix.
- Fargly, R., & Marlien, R. A. (2024). Bagaimana Kualitas Website Terhadap Kepercayaan Toko Online? *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(3), :4162-4168.
- Fatihanisya, A. N. S., & Purnamasari, S. D. (2021). Penerapan Model Unified Theory of Acceptance And Use of Technology 2 Terhadap Perilaku Pelanggan e-Commerce Shopee Indonesia Di Kota Palembang. *Journal of Information Systems and Informatics*, 3(2). <http://journal-isi.org/index.php/isi>
- Firdaus, F., Yufrinalis, M., Putri, R., Supriyanto, Peny, T. L., Irawati, D., Awang, M. Y., Suropto, Haryati, S., & Afrizal, A. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Fu, Y. (2023). *A Study on the Impact of E-service Quality on Customer Trust in an E-commerce Environment*. Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-210-1_29
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9* (Vol. 9). Universitas Diponegoro. http://slims.umn.ac.id//index.php?p=show_detail&id=19545
- González, J., Vila, C., de la Cuesta, B., Fuentes, P., Jausas, A., & Munguía, E. (2023). *The Future of Bancassurance Sales*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*. Annabel Ainscow. www.cengage.com/highered
- Hermawan, A. (2020). Usulan Strategi Komunikasi Pemasaran untuk Perusahaan Teknologi (Studi pada UX Custom) Keywords. *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 20(2), 13–19.

- Hidayah, A. R., Venata, A. F., & Wulandari, B. I. (2022). Minat Generasi Z terhadap Belanja Online di Dusun Banjarejo Kabupaten Kediri. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 459, 459–467.
- Irawanto, D. S., Gunawan, H., Muthohharoh, M., Novitasari, Rusli, M. G., & Hasyati, A. (2022). *10 Wilayah E-Commerce di Indonesia*. <https://datanesia.id/10-wilayah-e-commerce-terbesar-di-indonesia/>
- Irena, J., & Samuel, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pt. Go-Jek Indonesia. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 6(1), 137–157.
- Jakpat. (2023). *Indonesia E-Commerce Trends 2023*.
- Kompas.com. (2022a). *Hasil Survei: Promosi Tak Lagi Jadi Penentu Utama Konsumen Pilih E-Commerce*. <https://money.kompas.com/read/2022/12/08/171000026/hasil-survei--promosi-tak-lagi-jadi-penentu-utama-konsumen-pilih-e-commerce>
- Kompas.com. (2022b, Februari 15). *Kecewa Dengan Layanan Shopee*. <https://inside.kompas.com/surat-pembaca/read/61883/Kecewa-dengan-Layanan-Shopee>
- Kompas.com. (2024). *OJK Panggil SPaylater Buntut Aduan Nasabah*. <https://money.kompas.com/read/2024/04/04/210000326/ojk-panggil-spaylater-buntut-aduan-nasabah>
- Kurniawan, E., Zulkarnain, & Alwie, A. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Masyarakat Pada Media Informasi Publik (E-PPID) Badan Pemeriksa Keuangan Perwakilan Riau. *Jurnal Daya Saing*, 8(3), 350–358.
- Latifah, N., Widayani, A., & Normawati, R. A. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-Commerce Shopee. *Bisma: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 14(1), 82–91. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/BISMA>
- Liputan6.com. (2022). *tSurvey.id Telkomsel Ungkap Platform E-Commerce Paling Dipercaya UMKM*.

- <https://www.liputan6.com/teknoread/5034129/tsurveyid-telkomsel-ungkap-platform-e-commerce-paling-dipercaya-umkm?page=3>
- Maf'idayu, N., & Vania, A. (2022). Pengaruh Service Quality Terhadap Repurchase Intention di Mediasi Oleh Customer Satisfaction. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1).
- Mamurovna, N. M., & Tadjimuratovna, K. G. (2022). Increasing the Efficiency of Electronic Commerce Insurance Services by Reducing Financial Losses. *International Journal on Economics, Finance and Sustainable Development*, 4(12), 63–71. www.researchparks.org
- Mintarum, A. (2023). The Effect of Privacy (Security) Settings, Application Design, and E-Trust on E-Relationship Satisfaction and E-Loyalty on GoFood in Surabaya. *Proceedings of the 19th International Symposium on Management (INSYMA 2022)*, 439–444. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-008-4_55
- Miranti, Y., & Syah, T. Y. R. (2023). Marketplace analysis: The Effect of E-Service Quality, Product Brand Perception and Social Support on Repurchase through Consumer Satisfaction and Trust. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 14(4), 45–72. <https://doi.org/10.7903/ijecs.2265>
- Muhson, A. (2022). *Analisis Statistik dengan SmartPLS*.
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 9(2), 173. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>
- Nandayani, N. P. I., & Marwanto. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Barang Palsu Yang Dijual Secara E-Commerce Dengan Perusahaan Luar Negeri. *Jurnal Kertha Semaya*, 8(2), 192–206. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Kerthanegara/article/view/54553>.

- Nobbs, P., Gordon, G., Poletto, Y., & Watson, S. (2023). *Growing Insurer-Retailer Relationships Through Automation: How Embedded Insurance Removes Complexity and Adds Value*.
- Nurfitriya, M., Fauziyah, A., Annisa, T., Koeswandi, L., Yusuf, I., & Rachmani, N. N. (2022). Peningkatan Literasi Digital Marketing UMKM Kota Tasikmalaya. *ACITYA BHAKTI*, 2(1).
www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/ACB/index
- Nurjanah, S. F., Alven, & Yusuf, A. (2022). Pengaruh E-Trust On Continuance Intention Pada Platform ShopeePay. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, 9(1), 173–181.
- Pakpahan, A. F., Prasetio, A., Negara, E. S., Gurning, K., Situmorang, R. F. R., Tasnim, Sipayung, P. D., Sesilia, A. P., Rahayu, P. P., Purba, B., Chaerul, M., Yuniwati, I., Siagian, V., & Rantung, G. A. J. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Yayasan Kita Menulis.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3 ed.). Widya Gama Press.
- Pebiyanti, E., Fauzi, A., Husniyyah, T., Tasia, S. I., Sutendi, Z., & Vitri, A. E. (2023). Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Keamanan, dan Persepsi Privasi Terhadap Kepercayaan Pengguna Belanja Online (Literature Review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Ekonomi*, 4(5), 850–858.
<https://doi.org/10.31933/jemsi.v4i5>
- Pikiran Rakyat. (2019, Oktober 17). *Pengguna E-commerce Terbesar Ada di Bandung*. Pikiran Rakyat.
- Pradnyaswari, N. P. I., & Aksari, N. M. A. (2020). E-Satisfaction dan E-Trust Berperan dalam Memediasi Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Loyalty pada Situs E-Commerce Blibli.com. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2683–2703.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p11>
- Prassida, G. F., & Giovano, V. R. (2023). Analisis Kepuasan dan Niat Pelanggan Menggunakan Kembali Aplikasi Mobile Shopee pada Gen-Z.

- Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 4(2), 141–149.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55122/junsibi.v4i2.959>
- Prehanto, A., Guntara, R. G., & Aprily, N. M. (2021). Pemanfaatan Webinar Sebagai Alternatif Digitalisasi Informasi dalam Seminar Kurikulum. *Indonesian Journal of Digital Business*, 1(1), 43–49.
<https://ejournal.upi.edu/index.php/IJDB/index>
- Rachman, A. (2024, Januari 17). *Wow! BI Bilang Transaksi Ecommerce RI di 2023 Capai Rp 453,75 T.* CNBC Indonesia.
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240117161550-37-506662/wow-bi-bilang-transaksi-ecommerce-ri-di-2023-capai-rp-45375-t>
- Rafiansyah, & Triwardhani, D. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Lazada Di Dki Jakarta). *Journal of Young Entrepreneurs*, 2(3), 77–92. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/jye>
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1).
- Ruangtamanun, C., & Peemane, J. (2022). Causal Relationship between e-Service Quality, Online Trust and Purchase Intentions on Lazada Group, An Asia's Leading E-commerce Platform. *Journal of Distribution Science*, 20(1), 13–26. <https://doi.org/10.15722/jds.20.01.202201.13>
- Saha, S., & Dutta, A. (2019). Factors Influencing Service Quality Perception in Indian Life Insurance Sector. *Global Business Review*, 20(4), 1010–1025. <https://doi.org/10.1177/0972150919845222>
- Saputra, M. D. A., & Widiartanto. (2019). Pengaruh Structural Assurance dan Perceived Reputation Terhadap Purchase Intention Melalui Trust Pada Konsumen Tokopedia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 111–120.
- Satibi, I. (2017). *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Lemlit Unpas Press.
- Sazali, H., & Rozi, F. (2020). Belanja Online dan Jebakan Budaya Hidup Digital pada Masyarakat Milenial. *Jurnal Simbolika: Research and*

- Learning in Communication Study*, 6(2), 85–95.
<https://doi.org/10.31289/simbollika.v6i2.3556>
- Seify, M., Sanayei, A., Fathollah, S., Aghdaie, A., Majid, M., Shafiee, D., Mohamadi, Z., Shafiee, M. M., & Zanjirani, D. M. (2022). Identifying Effective Factors in Implementing E-Insurance and Its Impact on Competitive Advantage and Profitability in Selected Insurance Companies. *Journal of Executive Management*, 14(28), 581–602.
<https://doi.org/10.22080/jem.2023.22492.3647>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Method for Business: A Skill-Building Approach* (seventh edition). John Wiley & Sons.
www.wileypluslearningspace.com
- Setyoparwati, I. C. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 111–119.
<https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp111-119>
- Setyowati, D., & Suryoko, S. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Melalui E-Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Situs Bukalapak Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 250–261.
<https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26331>
- Shopee. (2023, Juni 8). *Apa itu Proteksi Produk?* Shopee.
<https://seller.shopee.co.id/edu/article/8771/Proteksi-Produk>
- Simatupang, D. (2021). Pengaruh Persepsi Jaminan Produk dan Kualitas Informasi terhadap Kepercayaan Konsumen Kepada Perusahaan Toko Online (Studi Pengguna Shopee di Kota Medan). *Journal Business and Management*, 1(1), 35–41.
https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/business_management
- Siregar, R. Y., Rohman, I. K., Luviyanto, A. N., & Serpina, N. (2022). Insurtech: Upaya Mengembangkan Pasar Asuransi Melalui Transformasi Digital. *Economic Bulletin*, 20, 1–21.

- Soleimani, M. (2022). Buyers' Trust and Mistrust in E-Commerce Platforms: A Synthesizing Literature Review. *Information Systems and e-Business Management*, 20(1), 57–78. <https://doi.org/10.1007/s10257-021-00545-0>
- Sunartono. (2023, Oktober 20). *Asuransi Digital Mulai Diminati, AAJI: Pendapatan Premi E-Commerce Naik 336 Persen Semester Pertama 2023*. Harian Jogja. <https://ekbis.harianjogja.com/read/2023/10/20/502/1152247/asuransi-digital-mulai-diminati-aaji-pendapatan-premi-e-commerce-naik-336-persen-semester-pertama-2023>
- Syacroni, M. I., Hamdan, H., & Ilhamalimy, R. R. (2023). The Effect of E-Service Quality, Website Quality, Promotion, and E-Trust on Repurchase Intentions at E-Commerce Shopee in DKI Jakarta. *Baskara : Journal of Business and Entrepreneurship*, 5(2), 193–205. <https://doi.org/10.54628>
- Torrance, S. (2020). *Embedded Insurance*.
- USTR. (2023). *USTR Releases 2022 Review of Notorious Markets for Counterfeiting and Piracy*. <https://ustr.gov/about-us/policy-offices/press-office/press-releases/2023/january/ustr-releases-2022-review-notorious-markets-counterfeiting-and-piracy>
- Zahra, A. R., & Nasution, J. (2022). The Effectiveness of Gadget Protection Implementation in Purchasing Gadgets at Shopee Indonesia E-Commerce. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 7(1), 22–33. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v7i1.230>