

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP PERSEPSI NILAI KONSUMEN PADA
ONLINE SHOP BEDUKMUTU UMY
(DENGAN CITRA PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI)**

*THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, CUSTOMER SATISFACTION AND
TRUST ON CONSUMER VALUE PERCEPTIONS IN ONLINE SHOP
BEDUKMUTU UMY*

(WITH COMPANY IMAGE AS MODERATE VARIABLE)

TESIS

*Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 2
Program Studi Magister Manajemen*



Diajukan Oleh:

ANWAR SANUSI

20181020027

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP PERSEPSI NILAI KONSUMEN PADA
ONLINE SHOP BEDUKMUTU UMY**

(DENGAN CITRA PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI)

*THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, CUSTOMER SATISFACTION, AND
TRUST ON CONSUMER VALUE PERCEPTIONS IN ONLINE SHOP
BEDUKMUTU UMY*

(WITH COMPANY IMAGE AS MODERATE VARIABLE)

Diajukan oleh

Anwar Sanusi

20181020027

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Arni Surwanti, M.Si


Dr. Nuryakin, SE., MM

TESIS
PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP PERSEPSI NILAI KONSUMEN PADA ONLINE SHOP
BEDUKMUTU UMY

(DENGAN CITRA PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI)

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, CUSTOMER SATISFACTION, AND TRUST
ON CONSUMER VALUE PERCEPTIONS IN ONLINE SHOP BEDUKMUTU UMY

(WITH COMPANY IMAGE AS MODERATE VARIABLE)

Diajukan oleh

Anwar Sanusi

20181020027

Tesis ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji Program Magister
Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal, 04, february 2022

Yang terdiri dari,



Retno Widowati PA., SE., M.Si., Ph.D

Ketua Tim Penguji



Dr. Arni Surwanti, M.Si


Anggota Tim Penguji



Dr. Nuryakin, SE., MM

Anggota Tim Penguji

Mengetahui,



Dr. Arni Surwanti, M.Si

Ketua Program Studi Magister Manajemen UMY

HALAMAN PERNYATAAN

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini bukan merupakan hasil plagiat karya orang lain, melainkan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diterbitkan oleh pihak manapun. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ada yang mengklaim bahwa karya ini adalah milik orang lain dan dibenarkan secara hukum, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia.

Yogyakarta, 4 februari 2022
Yang membuat pernyataan :



Anwar Sanusi
20181020027

KATA PENGANTAR

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarokatuh.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia, dan rahmat dalam penulisan tesis dengan judul "PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP PERSEPSI NILAI KONSUMEN PADA ONLINE SHOP BEDUKMUTU UMY (DENGAN CITRA PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI)".

Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Strata Dua (S-2) pada Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Peneliti mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi pihak terkait melalui penggunaan kebijakan dan pengambilan keputusan serta memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

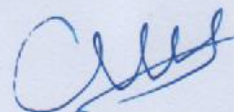
Penyelesaian tesis ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Ibu Dr. Arni Surwanti, M.Si dan Bapak Dr. Nuryakin, SE., MM selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan kepada peneliti.
2. Ibu Retno Widowati PA., SE., M.Si., Ph.D selaku ketua tim penguji yang telah memberikan saran dengan sabar kepada peneliti.

3. Ibu Dr. Arni Surwanti, M.Si selaku ketua program studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak nasrudin dan ibu sarkini selaku orang tua, teteh ati selaku kaka kandung yang tiada henti mendoakan dan mendukung peneliti.
5. Mas koko, mas amir, mas jatmiko, mas wahyu dan teman-teman MM UMY lainnya yang dengan sabar memberikan informasi dan membantu peneliti.
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan dan kemudahan dalam proses penyelesaian tesis ini, semoga mereka dimudahkan dalam setiap urusan sebagaimana mereka telah memudahkan saya.

Yogyakarta, 4 februari 2022

Peneliti,



Anwar Sanusi

DAFTAR PUSTAKA

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR PUSTAKA	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Orisinalitas Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. LANDASAN TEORI	8
1. Perceived Value (Persepsi nilai)	8
2. Citra perusahaan (corporate image)	10
3. Kualitas Layanan (service quality)	12
4. Kepercayaan Konsumen (customer trust)	14
5. Kepuasan konsumen (<i>customer satisfaction</i>).....	17
B. PENGEMBANGAN HIPOTESIS PENELITIAN	22
C. MODEL PENELITIAN	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Desain Penelitian.....	30
B. Obyek Dan Subyek Penelitian	30
C. Populasi Dan Teknik Pengambilan Sampel	31
D. Jenis Data Dan Metode Pengumpulan Data.....	31
E. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	33
F. Metode Analisis Dan Uji Hipotesis	36
G. Langkah-Langkah Sem	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Rincian Pendistribusian Kuisisioner	48
B. Karakteristik Responden	48
C. Deskripsi Jawaban Responden	51
D. Uji Validitas Dan Reabilitas.....	55
E. Uji Normalitas Data	63
F. Identifikasi <i>Outliers</i>	64
G. Identifikasi Model Struktural.....	65
H. <i>Goodness-Of-Fit</i>	66
I. Pengujian Hipotesis.....	67
F. Pembahasan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
A. Kesimpulan	86
B. Implikasi.....	87
C. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1-3.1. Goodness of Fit Index	46
Tabel 2-4.1 Deskriptif karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	49
Tabel 3-4.2 Deskriptif karakteristik responden berdasarkan usia	49
Tabel 4-4.3 Deskriptif karakteristik responden berdasarkan status.....	50
Tabel 5-4.4 Deskriptif karakteristik responden berdasarkan Frekuensi Berkunjung ke bedukmutu.....	50
Tabel 6-4.5 Interpretasi Kelas Interval	51
Tabel 7-4.6 Rekapitulasi jawaban Kualitas Layanan (Service Quality)	52
Tabel 8-4.7 Rekapitulasi jawaban Trust	53
Tabel 9-4.8 Rekapitulasi jawaban satisfaction	53
Tabel 10-4.9 Rekapitulasi jawaban Corporate Image	54
Tabel 11-4.10 Rekapitulasi jawaban Perceived Value	55
Tabel 12-4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan	57
Tabel 13-4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	58
Tabel 14-4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan.....	59
Tabel 15-4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi nilai	60
Tabel 16-4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan.....	61
Tabel 17-4.16 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 18-4.17 Uji Normalitas Data	63
Tabel 19-4.18 Pengujian Normalitas Outliers	65
Tabel 20-4.19 Computation of degrees of freedom (Default model).....	66
Tabel 21-4.20 Hasil Uji Goodness-of-fit Indeks.....	67
Tabel 22-4.21 Hubungan Antar Variabel.....	68
Tabel 23-4.22 Uji pengaruh kualitas layanan terhadap persepsi nilai	70
Tabel 24-4.23 Uji moderasi (citra perusahaan)	71
Tabel 25-4.24 Signifikansi nilai F ,model moderasi regresi 1	72
Tabel 26 4.25 Hasil Uji pengaruh langsung dan Pengaruh tidak Langsung	72

DAFTAR GAMBAR

gambar 1-2.1 Kerangka teoritis untuk perilaku terencana	22
gambar 2-2.2 MODEL PENELITIAN	28
gambar 3-4.1 Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan	57
gambar 4-4.2 Uji Validitas Variabel Kepercayaan	58
gambar 5-4.3 Uji Validitas Variabel Kepuasan	59
gambar 6-4.4 Uji Validitas Variabel Persepsi nilai.....	60
gambar 7-4.5 Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan.....	61
gambar 8-4.6 full model.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

lampiran 1 kuisisioner	93
lampiran 2 Tabulasi Data Responden	99
lampiran 3 Hasil Olah Data.....	119