

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, KEPERCAYAAN,
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN DAN
LOYALITAS PELANGGAN SHOPEE**

***THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY, TRUST,
BRAND IMAGE ON SHOPEE CUSTOMER
SATISFACTION AND LOYALTY***

TESIS

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



Diajukan Oleh:

DOLA FITRITHA RARAS HANDAYANI

20171020033

**MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2021**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Dola Fitrittha Raras Handayani

Nomor Mahasiswa : 20171020003

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis saya yang berjudul: **Pengaruh *E-Service Quality*, Kepercayaan, Citra Merek, Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Shopee** adalah hasil karya saya sendiri yang tidak mengandung plagiarisme karya orang lain dan belum pernah diterbitkan oleh pihak manapun. Seluruh sumber data yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan benar sesuai dengan kaidah penelitian.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila dikemudian hari ada yang mengklaim bahwa karya ini milik orang lain dan digunakan secara hukum, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia

Yogyakarta, 9 Februari 2021

Membuat Pernyataan



Dola Fitrittha Raras Handayani

20171020033

MOTTO

“... dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah.
Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan
kaum yang kafir”
(Surat Yusuf ayat 87)

Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi
sesamanya” (HR. Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruqutni, al-Albani
Shahihul jami 3289)

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,
sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan."
(Surat Asy Syarh ayat 5-6)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan untuk:

Almamater

Program Pascasarjana

Magister Manajemen

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan segala kerendahan hati, peneliti menghaturkan puja dan puji kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik dan tepat waktu. Tesis dengan judul “Pengaruh *E-Service Quality*, Kepercayaan, Citra Merek, Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Shopee” disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar strata 2 (S-2) pada Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Peneliti mengambil judul tersebut dengan harapan dapat memberikan kontribusi dalam ilmu manajemen khususnya bidang sumber daya manusia, serta sebagai bahan masukan bagi organisasi untuk terus meningkatkan manajemen pengelolaan sumber daya manusia dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. H. Gunawan Budiyanto, M.P., IPM. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Ir. Sri Atmaja P. Rosyidi, S.T., M.Sc.Eng., Ph.D, P.Eng., IPM. selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Ibu Dr. Arni Surwanti., M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Nuryakin, M.M., selaku pembimbing dan Sekretaris Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Ibu Retno Widowati PA., SE., M.Si., Ph.D, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan motivasi kepada peneliti selama proses penyelesaian tesis ini.
6. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, SE., M.Si., selaku dosen penguji yang telah memberi arahan dan masukan kepada peneliti.
7. Seluruh Dosen, Staff Pengajaran dan Sekretariat Program Studi Magister Manajemen, serta staff Biro Umum urusan Keamanan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan banyak dorongan bagi peneliti dalam menyelesaikan tesis ini.
8. Kedua Orangtua tercinta, Ayah Rafiloza dan Bunda Rasmida, serta adikku Farid Al Raazzaq, yang dengan penuh perhatian, pengorbanan, dan kasih sayang yang tak terhingga sampai saat ini selalu mendukung, membimbing, dan memotivasi segala sesuatu yang terbaik untuk peneliti. Semoga Allah selalu memberikan kesehatan, rezeki, dan nikmat-Nya di dunia dan akhirat.

9. Seorang lelaki yang telah memberikan dukungan, motivasi, waktu, tenaga, serta kebersamaannya dalam suka maupun duka.
10. Seluruh teman-teman di MM UMY 47, sukses dunia dan akhirat untuk kita semua. Semoga kita selalu dalam lindungan Allah SWT.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam tesis ini. Hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan penelitian sangat diperlukan untuk penulisan yang lebih baik di masa mendatang. Semoga tesis ini bermanfaat dan menjadi tambahan informasi bagi pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 9 Februari 2021

Dola Fitrittha Raras Handayani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat penelitian.....	9
BAB II.....	10
LANDASAN TEORI.....	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu.....	25
C. Pengembangan Hipotesis.....	34

D. Model Penelitian.....	49
BAB III.....	50
METODE PENELITIAN	50
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	50
B. Teknik Pengambilan Populasi dan Sampel Penelitian.....	50
C. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	53
D. Definisi Variabel Penelitian.....	55
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	55
F. Instrumen Penelitian	61
G. Uji Kualitas Instrumen.....	62
H. Metode Analisis Data.....	63
I. Asumsi-Asumsi Penggunaan SEM.....	65
J. Langkah-Langkah SEM.....	68
BAB IV	79
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	79
A. Pengantar.....	79
B. Gambaran Subjek Penelitian.....	80
C. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	82
D. Deskripsi Data Responden.....	83
E. Proses dan Hasil Analisis Data.....	105
F. Pembahasan.....	149
G. Implikasi Manajerial.....	170
BAB IV	186
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	186

A. Simpulan.....	186
B. Keterbatasan	188
C. Saran.....	188
DAFTAR PUSTAKA.....	189
LAMPIRAN.....	199

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3. 1 Variabel Indikator	55
Tabel 3. 2 <i>Goodness Fit Index</i>	76
Tabel 4. 1 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Usia.....	86
Tabel 4. 2 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Pekerjaan.....	87
Tabel 4. 3 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Frekuensi Belanja	88
Tabel 4. 4 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Pendapatan.....	89
Tabel 4. 5 Tabulasi Silang Usia dengan Pekerjaan	91
Tabel 4. 6 Tabulasi Silang Usia dengan Frekuensi Belanja.....	92
Tabel 4. 7 Tabulasi Silang Usia dengan Pendapatan	94
Tabel 4. 8 Tabulasi Silang Pekerjaan dengan Frekuensi Belanja .	95
Tabel 4. 9 Tabulasi Silang Pekerjaan dengan Pendapatan	97
Tabel 4. 10 Kategori Penilaian.....	99
Tabel 4. 11 Deskripsi Variabel <i>E-Service Quality</i>	100
Tabel 4. 12 Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	101
Tabel 4. 13 Deskripsi Variabel Citra Merek	102
Tabel 4. 14 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	103
Tabel 4. 15 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan	104
Tabel 4. 16 <i>Standardized Regression Weight</i> Uji CFA Variabel <i>E-Service Quality</i>	109

Tabel 4. 17 <i>Standardized Regression Weight</i> Uji CFA Variabel Kepercayaan	111
Tabel 4. 18 <i>Standardized Regression Weight</i> Uji CFA Variabel Citra Merek	112
Tabel 4. 19 <i>Standardized Regression Weight</i> Uji CFA Variabel Kepuasan	113
Tabel 4. 20 <i>Standardized Regression Weight</i> Uji CFA Variabel Loyalitas pelanggan	115
Tabel 4. 21 Hasil Uji Reabilitas	116
Tabel 4. 22 Hasil Hasil Pengolahan Data <i>Outliers</i>	121
Tabel 4. 23 Hasil Uji Normalitas	123
Tabel 4. 24 Hasil Uji Multikolinearitas.....	125
Tabel 4. 25 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	126
Tabel 4. 26 Hasil Uji Pengaruh Langsung	134
Tabel 4. 27 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung.....	135
Tabel 4. 28 Hasil Uji Pengaruh Total	137
Tabel 4. 29 Hasil Uji <i>Square Multiple Correlation</i>	138
Tabel 4. 30 Hasil Uji Hipotesis <i>Regression Weighs</i>	139
Tabel 4. 31 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis.....	148

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Top E-Commerce Berdasarkan <i>Ranking Play Store</i> Kuartal I 2017-Kuartal II 20	15
Gambar 2. 1 Konsep Kepuasan Pelanggan	15
Gambar 2. 2 Model Penelitian.....	34
Gambar 4. 1 Full Model SEM Hipotesis Penelitian.....	68
Gambar 4. 2 Hasil Uji CFA Variabel <i>E-Service Quality</i>	69
Gambar 4.3 Hasil Uji CFA Variabel Kepercayaan	70
Gambar 4. 4 Hasil Uji CFA Variabel Citra Merek	71
Gambar 4. 5 Hasil Uji CFA Variabel Kepuasan Pelanggan .	72
Gambar 4. 6 Hasil Uji CFA Variabel Loyalitas Pelanggan ...	73
Gambar 4. 7 <i>Full Model Standardized</i> SEM Hipotesis Setelah Uji Validitas.....	75
Gambar 4.8 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>) Model Penelitian	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	198
Lampiran 2 <i>Crosstabs</i>	208
Lampiran 3 <i>Frequency Table</i>	212
Lampiran 4 <i>Standardized Regression Weights</i>	225
Lampiran 5 <i>Full Modell Standardized SEM</i>	227
Lampiran 6 <i>Mahalanobis Distance</i>	228
Lampiran 7 <i>Assesment of Normality</i>	231
Lampiran 8 <i>Correlations</i>	232
Lampiran 9 <i>Model Fit Summary</i>	232
Lampiran 10 <i>Direct Effects</i>	234
Lampiran 11 <i>Indirect Effects</i>	237
Lampiran 12 <i>Total Effects</i>	239
Lampiran 13 <i>Suared Multiple Correlations</i>	242
Lampiran 14 <i>Regression Weights</i>	244
Lampiran 15 Turnitin	245