

**KAJIAN LOYALITAS PELANGGAN E-COMMERCE SHOPEE  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE AUB Surakarta)**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
PROGRAM PASCA SARJANA MAGISTER MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)-AUB  
SURAKARTA**



**Oleh :**

**DIYAN AMBARWATI**

**2019015203**

**PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) – AUB  
SURAKARTA  
2021**

## **PERNYATAAN KEASLIAN TESIS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Diyan Ambarwati

NIM : 2019015203

Judul Tesis : Kajian Loyalitas Pelanggan *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE AUB Surakarta)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Tesis yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan tesis ini hasil jiplakan, melanggar norma dan kaidah-kaidah akademik, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh STIE-AUB Surakarta yang saya terima, sewaktu-waktu dapat dicabut atau ditinjau kembali.

Surakarta, 23 Juli 2020

Yang membuat pernyataan,

Diyan Ambarwati

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

Nama : Diyan Ambarwati  
NIM : **2019015203**  
Program : Pascasarjana  
Program Studi : Magister Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Pengesahan : Kajian Loyalitas Pelanggan *E-Commerce Shopee*  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE AUB Surakarta)  
Nama Pembimbing : Dr. Lilis Sulistyani, S.E., M.Si., A.K., CA.

Surakarta, 23 Juli 2021

Disetujui oleh

Pembimbing

Dr. Lilis Sulistyani, S.E., M.Si., A.K., CA.

NIDN : 150/D/AUB/1992/0612116401

## **HALAMAN PENGESAHAN TESIS**

## **HALAMAN MOTTO**

Motto :

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Al-Baqarah : 286)

“Sukses itu tidak diukur oleh posisi yang telah diraih seorang hamba dalam kehidupan, tapi hambatan yang telah ia atasi saat berusaha untuk sukses”

(Brooker T. Wasington)

“Jadilah dirimu sendiri seperti yang kamu inginkan”

(Penulis)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Ku Persembahkan Tesis ini untuk :

- a. Bapak dan Ibu yang telah memberikan dukungan dan doa.
- b. Keluarga dan Saudara
- c. Sahabat dan teman-teman Progdi S2 Magister Manajemen khususnya angkatan 2019 yang telah berjuang bersama dan saling memberikan semangat, motivasi dan kebersamaan selama kuliah.
- d. Semua pihak yang membantu kelancaran penulis dalam penyusunan tesis.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga tesis yang berjudul “Kajian Loyalitas Pelanggan *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE AUB Surakarta” dapat diselesaikan dengan baik. Tesis ini membahas tentang loyalitas pelanggan *e-commerce* Shopee di STIE AUB Surakarta dengan mahasiswa sebagai respondennya dan menggunakan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelangan.

Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Program Studi S2 Manajemen di STIE AUB Surakarta. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. Agus Utomo, MM., selaku Ketua STIE AUB Surakarta.
2. Dr. Siti Fatonah, MM., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen STIE AUB Surakarta.
3. Dr. Lilis Sulistyani, S.E., M.Si., A.K., CA., selaku Dosen Pembimbing yang telah mengorbankan waktu dan tenaga untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan tesis.
4. Para dosen dan seluruh staff pengajar Program Studi Magister Manajemen STIE AUB Surakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Seluruh responden yang ikut serta dalam pengisian kuesioner.

Peneliti yakin masih banyak kekurangan dalam penyusunan tesis ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, peneliti berharap tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surakarta, 23 Juli 2020

Penulis

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *e-commerce* Shopee di STIE AUB Surakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian survey. Data yang digunakan adalah data primer dengan mengambil sampel mahasiswa STIE AUB Surakarta sebanyak 100 responden. Metode analisis data diuji dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji partian (uji t), uji serempak (uji F), uji R square dan uji analisa jalur.

Hasil uji t sebagai berikut : kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji F menunjukkan secara simultan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Uji R square menunjukkan bahwa 0,819 artinya variabel loyalitas pelanggan dijelaskan oleh kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan sebesar 81,9% dan sisanya sebesar 18,1 % dijelaskan faktor lain di luar model penelitian. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa jalur tidak langsung kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan meruapakan jalur paling dominan dan paling efektif, karena nilai koefisien beta sebesar 0,343. Variabel kepuasan pelanggan terbukti sebagai pemediasi yang efektif bagi variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan, namun tidak efektif sebagai pemediasi variabel kepercayaan.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas pelanggan.

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to examine the effect of product quality, service quality, trust and customer satisfaction on Shopee e-commerce customer loyalty at STIE AUB Surakarta.*

*This research is a survey research. The data used is primary data by taking 100 respondents as a sample of STIE AUB Surakarta students. The data analysis method tested was validity test, reliability test, partian test (t test), simultaneous test (F test), R square test and path analysis test.*

*The results of the t-test are as follows: product quality and service quality have a significant effect on customer satisfaction while trust has no significant effect on customer satisfaction. Product quality, service quality and trust have no significant effect on customer loyalty, while customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty. The results of the F test show that the variables of product quality, service quality, trust and customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty. The R-square test shows that 0.819 means that the customer loyalty variable is explained by product quality, service quality, trust and customer satisfaction of 81.9% and the remaining 18.1% is explained by other factors outside the research model. The results of the path analysis show that the indirect path of product quality to customer satisfaction on customer loyalty is the most dominant and most effective path, because the beta coefficient value is 0.343. Customer satisfaction variable proved to be an effective mediator for product quality and service quality variables, but was not effective as a mediating trust variable.*

*Keywords: Product Quality, Service Quality, Trust, Customer*

*Satisfaction and Customer Loyalty*

## **DAFTAR ISI**

Halaman

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN KEASLIAN TESIS .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	16
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori .....	20

B. Penelitian Terdahulu .....	53
C. Hubungan Antar Variabel .....	58
D. Kerangka Konseptual .....	63
E. Hipotesis .....	64

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Desain Penelitian .....	69
B. Lokasi dan Obyek Penelitian.....	71
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	71
D. Populasi dan Sampel.....	76
E. Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	78
F. Teknik Analisis Data .....	79

### **BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA**

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	89
B. Hasil dan Pembahasan .....	94
C. Implikasi Manajerial .....	120

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	128
B. Keterbatasan .....	134
C. Saran .....	134

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 Peringkat <i>E-commerce</i> di Indonesia .....	3
Tabel II.1 Hasil penelitian terdahulu.....	53
Tabel II.2 Riset Gap.....	58
Tabel III.1 Kriteria tabel korelasi.....	88
Tabel IV. 1 Identitas responden ditinjau dari jenis kelamin .....	90
Tabel IV. 2 Identitas responden ditinjau dari program studi.....	91
Tabel IV. 3 Identitas responden ditinjau dari usia.....	92
Tabel IV. 4 Identitas responden ditinjau dari pendidikan terakhir .....	93
Tabel IV.5 Identitas responden ditinjau dari tingkat pembelian.....	94
Tabel IV. 6 Hasil Uji Validitas Instrumen ( $X_1$ ).....	95
Tabel IV. 7 Hasil Uji Validitas Instrumen ( $X_2$ ).....	96
Tabel IV. 8 Hasil Uji Validitas Instrumen ( $X_3$ ).....	97
Tabel IV.9 Hasil Uji Validitas Instrumen ( $Y_1$ ).....	98
Tabel IV.10 Hasil Uji Validitas Instrumen ( $Y_2$ ).....	99
Tabel IV.11 Hasil Uji Reabilitas.....	100
Tabel IV.12 Hasil Uji Linieritas.....	101
Tabel IV.13 Hasil Analisis jalur I.....	102
Tabel IV. 14 Hasil Analisis jalur II.....	104
Tabel IV. 15 Hasil Uji t.....	107
Tabel IV. 16 Hasil Uji F persamaan pertama .....	109
Tabel IV. 17 Hasil Uji F persamaan kedua .....	110
Tabel IV. 18 Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ) persamaan pertama.....	111
Tabel IV. 19 Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ) persamaan kedua.....	112

Tabel IV. 20	Hasil analisis koefisien korelasi .....	114
Tabel IV. 21	Hasil rekapitulasi jalur total .....	116
Tabel IV.22	Hasil pengaruh langsung, tidak langsung dan total .....	116

## **DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar II.1      Kerangka Konseptual .....	64
Gambar III.1      Desain Penelitian .....	70
Gambar III.2      Analisis Jalur .....	86
Gambar IV.1      Diagram Jalur.....	120

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Daftar Riwayat Hidup

Kuesioner

Tabulasi dan Olah Data

Tabel  $r^2$

Tabel  $c^2$