

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK
DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP
NIAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kudus)**



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2021**

TESIS

PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP NIAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kudus)

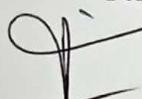
Oleh :

ALNA ARHAMIZZAKIYA ZAIS
NIM. 201901008

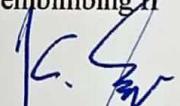
Tesis disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian Tesis
Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal 27 Februari 2021

Pembimbing I


Dr. Mokhamad Arwani, SE, MM.
NIDN. 0610057804

Pembimbing II


Dr. Kertati Sumekar, SE, MM.
NIDN. 0616077304

Mengetahui,
Ketua Program Studi Magister Manajemen



PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2021

IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS

JUDUL TESIS

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK DAN
PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP NIAT BELI ULANG
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kudus)

Nama Mahasiswa : Alna Arhamizzakiya Zais
NIM : 201901008
Program Studi : Magister Manajemen
Tanggal Ujian : 26 Februari 2021

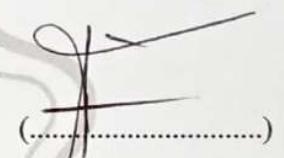
TIM PEMBIMBING

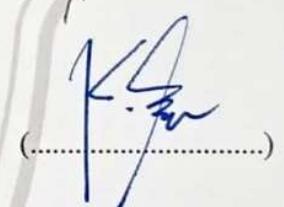
Ketua : Dr. Mokhamad Arwani, SE, MM.
NIDN. 0610057804

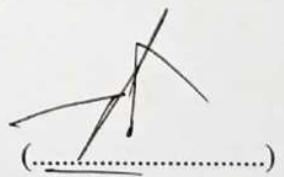
Anggota : Dr. Kertati Sumekar, SE. MM.
NIDN. 0616077304

DOSEN TIM PENGUJI

Dosen Penguji : Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH., S.Pd., MM.
NIDN. 0026065516


(.....)


(.....)


(.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa di dalam Naskah Tesis dengan judul :

PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP NIAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL

INTERVENING

(Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kudus)

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Penelitian Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia gelar Magister Manajemen dicabut, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

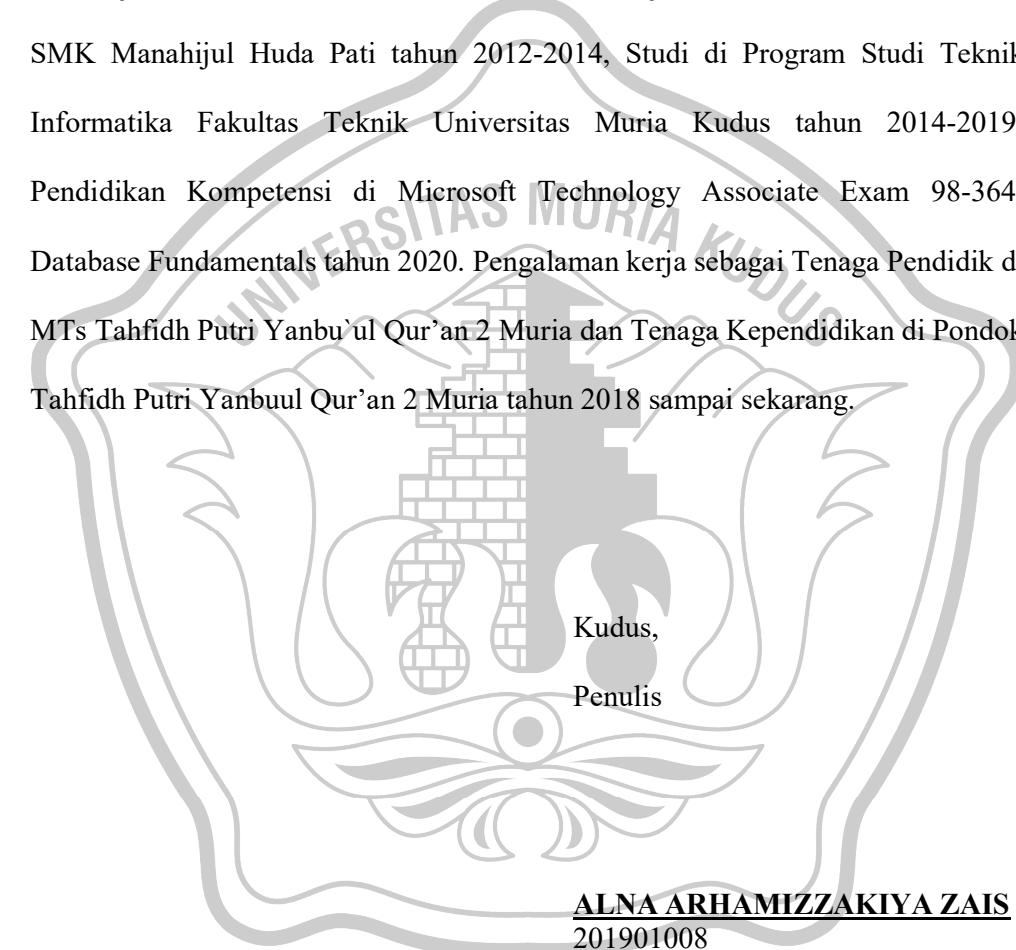
Kudus, 27 Februari 2021
Mahasiswa



ALNA ARHAMIZZAKIYA ZAIS
201901008

RIWAYAT HIDUP

Alna Arhamizzakiya Zais lahir di Pati, 23 November 1995. Anak ketiga (ke-3) dari Bapak Zaenal Arifin dan Ibu Noor Istianah. Menempuh Pendidikan di MI Manahijul Huda Pati tahun 2002-2008, MTs Madarijul Huda Pati tahun 2009-2011, SMK Manahijul Huda Pati tahun 2012-2014, Studi di Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas Muria Kudus tahun 2014-2019. Pendidikan Kompetensi di Microsoft Technology Associate Exam 98-364: Database Fundamentals tahun 2020. Pengalaman kerja sebagai Tenaga Pendidik di MTs Tahfidh Putri Yanbu'ul Qur'an 2 Muria dan Tenaga Kependidikan di Pondok Tahfidh Putri Yanbuul Qur'an 2 Muria tahun 2018 sampai sekarang.



Kudus,
Penulis

ALNA ARHAMIZZAKIYA ZAIS
201901008

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Muria Kudus Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Dr. Drs. H. Mochammad Edris, MM beserta jajarannya.
3. Ketua Program Studi Magister Manajemen Dr. Kertati Sumekar, SE. MM.
4. Pembimbing pertama Dr. Mokhamad Arwani, SE, MM.
5. Pembimbing kedua Dr. Kertati Sumekar, SE. MM.
6. Abah dan Ummy tercinta, atas kasih sayang, perhatian, semangat, dan do'anya yang tiada henti untuk mendoakan penulis agar selalu semangat dan selalu berada di jalan Allah SWT.
7. Ummah Keke Tamara Fahira, Istri Sholihah yang selalu memberikan motivasi, Semangat dan bantuan yang tiada henti.
8. Rekan-rekan MM UMK angkatan 2019 yang selalu Support.

Kudus,

Mahasiswa

ALNA ARHAMIZZAKIYA ZAIS
201901008

ABSTRAK

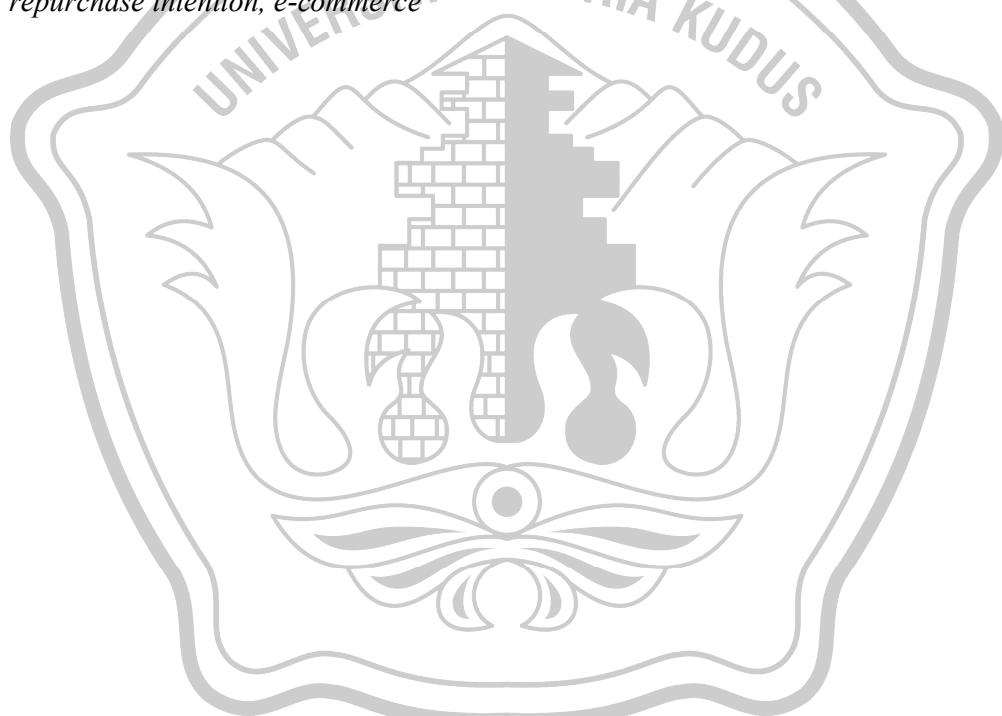
Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas layanan elektronik dan pengalaman pelanggan terhadap niat beli ulang melalui kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna Shopee Mobile Marketplace yang ada di Kabupaten Kudus yang sudah pernah berbelanja di Shopee minimal 3 kali dalam kurun waktu 3 bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Penyebaran kuesioner sebanyak 110 kuesioner yang ke semuanya dapat digunakan. Proses pengolahan data menggunakan SEM AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik dan pengalaman pelanggan berpengaruh terhadap niat beli ulang. Kulitas layanan elektronik dan pengalaman pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap niat beli ulang. Temuan ini dibahas berdasarkan bukti sebelumnya dan implikasinya dapat di pergunakan untuk kepentingan perusahaan.

Kata Kunci: kualitas layanan elektronik, pengalaman pelanggan, kepuasan pelanggan, niat beli ulang, *e-commerce*.

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze and explain the effect of electronic service quality and customer experience on repurchase intention through customer satisfaction. The population in this study were all Shopee Mobile Marketplace users in Kudus Regency who had shopped at Shopee at least 3 times in the last 3 months. The sampling technique used purposive sampling. Distribution of a total of 110 questionnaires to all of which can be used. Data processing using SEM AMOS. The results showed that the quality of electronic services and customer experience influenced repurchase intention. The quality of electronic services and customer experience affects customer satisfaction. Customer satisfaction affects repurchase intention. These findings are discussed based on previous evidence and the implications can be used for the benefit of the company.

Keywords: electronic service quality, customer experience, customer satisfaction, repurchase intention, e-commerce



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirrabbil'alamiin, Salam Ta'dhim dan silaturahim dengan iringan do'a yang senantiasa mendapat limpahan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul:

PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP NIAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kudus)

Tulisan ini menyajikan pokok-pokok bahasan terkait dengan niat beli ulang. Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki penulis, walaupun telah dikerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi masih dirasakan banyak kekuarang dan ketepatan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Kudus,

Mahasiswa

ALNA ARHAMIZZAKIYA ZAIS
201901008

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS	iv
RIWAYAT HIDUP	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	21
1.4 Manfaat Penelitian	21
1.5 Sistematika Penulisan.....	22
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	25
2.1 E-Commerce	25
2.2 Kualitas Layanan Elektronik	29
2.3 Pengalaman Pelanggan.....	32
2.4 Kepuasan Pelanggan	39
2.5 Niat Beli Ulang	49
2.6 Penelitian Terdahulu	52
BAB III KERANGKA KONSEP PENELITIAN DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	67

3.1	Kerangka Pemikiran Teoritis	67
3.2	Definisi Operasional Variabel	67
3.3	Pengaruh Antar Variabel	73
3.4	Hipotesis Penelitian.....	80
BAB IV METODE PENELITIAN	81	
4.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	81
4.2	Jenis dan Sumber Data.....	81
4.3	Populasi dan Sampel	83
4.4	Metode Pengumpulan Data.....	84
4.5	Teknik Analisis	85
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	101	
5.1	Profil Shopee Marketplace	101
5.2	Deskripsi Data	102
5.3	Pengujian Konfirmatori.....	106
5.4	Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi Full Model	119
5.5	Pengujian Validitas Konstruk Full Model.....	121
5.6	Pengujian Kelayakan Model.....	123
5.7	Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	126
5.8	Analisis Pengaruh Langsung, tidak langsung dan total.....	129
5.9	Pembahasan	131
BAB VI PENUTUP	139	
6.1	Kesimpulan	139
6.2	Keterbatasan dalam Penelitian	141
6.3	Implikasi Teoritis	141
6.4	Implikasi Manajerial	143
6.5	Saran.....	145
6.6	Agenda Penelitian Mendatang	146
DAFTAR PUSTAKA.....	147	
LAMPIRAN	154	

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Temuan Research Gap.....	12
Tabel 2.1 Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia	28
Table 2.2 Penelitian Terdahulu.....	53
Tabel 4.1 Contoh Bentuk Jawaban Likert.....	85
Tabel 4.3. Kriteria <i>Absolute Fit Indicate</i>	97
Tabel 4.4. Kriteria <i>Fit Indicate</i>	97
Tabel 4.5. Kriteria <i>Parsimony Fit Indicate</i>	98
Tabel 4.6. Kriteria <i>Goodness of Fit</i> (GoF).....	98
Tabel 5.1 Rincian Penyebaran dan Penarikan Kuesioner	103
Tabel 5.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	104
Tabel 5.3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	104
Tabel 5.4 Pengelompokan Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan ...	105
Tabel 5.5 Pengelompokan Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan ...	106
Tabel 5.6 <i>Loading Factor</i> Variabel Kualitas Layanan Elektronik (KLE) ...	107
Tabel 5.7 <i>Loading Factor</i> Variabel Pengalaman Pelanggan (PP).....	109
Tabel 5.8 <i>Loading Factor</i> Variabel Kepuasan Pelanggan (KP).....	110
Tabel 5.9 <i>Loading Factor</i> Variabel Niat Beli Ulang (NBU)	111
Tabel 5.10 Standardized RegressionWeights Variabel Eksogen	113
Tabel 5.11 Standardized RegressionWeights Variabel Endogen.....	114
Tabel 5.12 Standardized RegressionWeights Variabel Eksogen Setelah Perbaikan Model	116
Tabel 5.13 Standardized RegressionWeights Variabel Endogen setelah Perbaikan Model	118
Tabel 5.14 Hasil Pengujian Normalitas Data Full Model SEM.....	119
Tabel 5.15 Hasil Pengujian Outliers Full Model SEM.....	121
Tabel 5.16 Hasil Pengujian <i>Contract Reliability</i> Dan <i>Variance Extracted</i> ..	121
Tabel 5.17 Uji Full Model <i>goodness of fit</i> SEM	124
Tabel 5.18 Nilai <i>Squared Multiple Correlation</i>	125
Tabel 5.19 Hasil Pengujian Regression Weights	126

Tabel 5.20 Hasil Pengujian Hipotesis.....	127
Tabel 5.21 Pengaruh Langsung Variabel Laten	129
Tabel 5.22 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten	130
Tabel 5.23 Pengaruh Total antar Variabel Laten.....	131



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sepuluh Negara dengan Pertumbuhan E-commerce Tercepat	2
Gambar 1.2 Perilaku Pengguna Internet di Indonesia	3
Gambar 1.3 Peringkat Marketplace Shopee di Indonesia Q2 2020.....	5
Gambar 1.4 Keluhan Pengguna Terkait Kualitas Layanan Shopee	7
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	67
Gambar 4.1 Full Model Structural Equation Modelling (SEM)	93
Gambar 5.1 Analisis Konfirmatori Konstruk Kualitas Layanan Elektronik.	107
Gambar 5.2 Analisis Konfirmatori Konstruk Pengalaman Pelanggan	108
Gambar 5.3 Analisis Konfirmatori Konstruk Kepuasan Pelanggan.....	109
Gambar 5.4 Analisis Konfirmatori Konstruk Niat Beli Ulang.....	110
Gambar 5.5. Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan Model .	112
Gambar 5.6. Pengujian Konfirmatori Endogen Sebelum Perbaikan Model.	114
Gambar 5.7. Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan Model....	116
Gambar 5.8. Pengujian Konfirmatori Endogen Setelah Perbaikan Model ...	118
Gambar 5.9 Hasil Uji Full Model Structural Equation Modelling (SEM)....	123

DAFTAR LAMPIRAN

1 Data Penelitian	154
2 Hasil Data Penelitian	159
3 Kuesioner Penelitian	175
4 Bukti Lembar Hasil Turnitin	181
5 Buku Bimbingan	183

