

**ANALISIS ONLINE MARKETING, E-SERVICE QUALITY,
E-RECOVERY SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA SHOPEE
DI KABUPATEN KUDUS**



TESIS

Oleh :
JAYA PRADANA
201901023

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

2021

TESIS

**ANALISIS ONLINE MARKETING, E-SERVICE QUALITY,
E-RECOVERY SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA SHOPEE DI
KABUPATEN KUDUS**

Oleh :

JAYA PRADANA

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

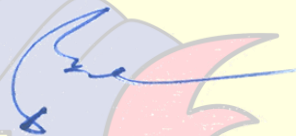
Tanggal 01 September 2021

Pembimbing I



Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M.
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Sutono, SE., M.M., PhD.
NIDN. 0626017003

Mengetahui,
Ketua Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus



Dr. Kertati Sumekar, M.M.
NIDN. 0616077304

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

IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS

JUDUL TESIS :

**ANALISIS ONLINE MARKETING, E-SERVICE QUALITY,
E-RECOVERY SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA SHOPEE DI
KABUPATEN KUDUS**

Nama Mahasiswa : JA YA PRADANA

NIM : 2019-01-023

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal Ujian : 01 September 2021

TIM PEMBIMBING

Pembimbing I : Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs., M.M. (.....)

Pembimbing II : SUTONO, SE., M.M., PhD. (.....)

TIM DOSEN PENGUJI

Dosen Penguji : Dr. Kertati Sumekar, M.M (.....)

PERNYATAAN ORISINILITAS TESIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa di dalam Naskah Tesis dengan judul :

**ANALISIS ONLINE MARKETING, E-SERVICE QUALITY,
E-RECOVERY SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA SHOPEE DI
KABUPATEN KUDUS**

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

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

Kudus, 01 September 2021

Penulis



JAYA PRADANA

NIM. 2019-01-023

RIWAYAT HIDUP

Jaya Pradana, Kudus 21 Januari 1992, Anak dari Bapak Slamet Nor Budi dan Ibu Sri Puji Astuti. SD 1 Cendono Dawe Kudus Lulus tahun 2003, SMP 1 Gebog Kudus Lulus tahun 2006, SMA 2 Kudus Lulus tahun 2009, Studi di Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus Lulus tahun 2016. Pengalaman kerja di Astra Motor Kudus sebagai Marketing Executive tahun 2012-2016. Bekerja di PT. Bank Syariah Mandiri Kudus sebagai Micro Financial Sales tahun 2016-2017. Bekerja di PT. Ferron Par Pharmaceutical sebagai Medical Representative tahun 2017-2018. Bekerja di PT. Enseval Putera Megatrading sebagai salesman tahun 2018- sekarang.

Kudus, 01 September 2021

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas limpahan rahmat serta hidayahnya sehingga penyusunan Tesis ini dapat selesai.
2. Rektor Universitas Muria Kudus, Bapak Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. yang telah memberikan kesempatan dan kemudahan selama mengikuti studi.
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Periode 2017 - 2021, Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Periode 2021-2025 Almarhum Bp. Dr. Drs. H. M. Zainuri, M.M., Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Periode 2021 -2025 Dr. Dra. Sulistyowati, S.H., M.M. yang telah memberikan kesempatan dan kemudahan selama mengikuti studi.
4. Ketua Program Studi Magister Manajemen Ibu Dr. Kertati Sumekar, M.M. yang telah memberikan kesempatan dan kemudahan selama mengikuti studi.
5. Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M. sebagai pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan demi penyempurnaan Tesis ini.
6. Sutono, SE., M.M., PhD. sebagai pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan demi penyempurnaan Tesis ini.
7. Para Dosen Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah berperan dalam kegiatan penyusunan tesis ini.
8. Sekretariat Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan tesis ini.
9. Keluarga besar, bapak, ibu, adik serta istri tercinta yang memberikan dukungan sehingga penyusunan tesis dapat selesai.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan tesis ini.

Kudus, 01 September 2021

Penulis

JAYA PRADANA
NIM. 2019-01-023

ABSTRAK

ANALISIS ONLINE MARKETING, E-SERVICE QUALITY, E-RECOVERY SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA SHOPEE DI KABUPATEN KUDUS

JAYA PRADANA

NIM. 2019-01-023

Pembimbing I : Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs., M.M.
Pembimbing II : SUTONO, SE., M.M., PhD.

Penelitian ini menganalisis pengaruh online marketing, e-service quality, e-recovery service quality terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen pengguna Shopee di Kabupaten Kudus dengan sampel sebanyak 200 responden. Analisis data menggunakan SEM (*Structural Equation Modelling*) kesimpulannya terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara online marketing terhadap kepuasan e-recovery service quality terhadap loyalitas. Terdapat pengaruh positif dan signifikan e-service quality terhadap kepuasan, e-recovery service quality terhadap kepuasan, online marketing terhadap loyalitas, e-service quality terhadap loyalitas, kepuasan terhadap loyalitas. Kepuasan hanya memediasi e-recovery service quality terhadap loyalitas dan tidak memediasi online marketing terhadap loyalitas serta e service quality terhadap loyalitas.

Kata kunci : Online marketing, e-service quality, e-recovery service quality, kepuasan, loyalitas.

ABSTRACT

ONLINE MARKETING ANALYSIS, E-SERVICE QUALITY, E-RECOVERY SERVICE QUALITY ON LOYALTY THROUGH CONSUMER SATISFACTION OF SHOPEE USERS IN KUDUS DISTRICT

**JAYA PRADANA
NIM. 2019-01-023**

***Advisor I : Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs., M.M.
Advisor II : SUTONO, SE., M.M., PhD.***

This study analyzes the effect of online marketing, e-service quality, e-recovery service quality on loyalty through consumer satisfaction of Shopee users in Kudus Regency with a sample of 200 respondents. Data analysis using SEM (Structural Equation Modeling) the conclusion is that there is a positive and insignificant effect between online marketing on e-recovery service quality satisfaction and loyalty. There is a positive and significant effect of e-service quality on satisfaction, e-recovery service quality on satisfaction, online marketing on loyalty, e-service quality on loyalty, satisfaction on loyalty. Satisfaction only mediates e- recovery service quality on loyalty and does not mediate online marketing on loyalty and e- service quality on loyalty.

Keywords: Online marketing, e-service quality, e-recovery service quality, satisfaction, loyalty.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PENYUSUNAN TESIS	ii
HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS TESIS	iv
RIWAYAT HIDUP	v
UCAPAN TERIMAKASIH	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Research Gap	3
1.3. Fenomena Lapangan	4
1.4. Perumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Landasan Teori	15
2.2.1. Loyalitas	15
2.2.2. Kepuasan	18
2.2.3. <i>Online Marketing</i>	20
2.2.4. <i>E-Service Quality</i>	23
2.2.5. <i>E-Recovery Service Quality</i>	24
BAB III KERANGKA KONSEP PENELITIAN	25
3.1. Kerangka Konsep Penelitian	25
3.2. Definisi Operasional	26
3.2.1. <i>Online Marketing</i>	26
3.2.2. <i>E-Service Quality</i>	26
3.2.3. <i>E-Recovery Service Quality</i>	27
3.2.4. Kepuasan	27
3.2.5. Loyalitas	27
3.3. Hubungan Antar Variabel	28
3.3.1. Hubungan <i>Online Marketing</i> dengan Kepuasan	28
3.3.2. Hubungan <i>Online Marketing</i> dengan Loyalitas	29
3.3.3. Hubungan <i>E-Service Quality</i> dengan Kepuasan	29
3.3.4. Hubungan <i>E-Service Quality</i> dengan Loyalitas	30
3.3.5. Hubungan <i>E-Recovery Service Quality</i> dengan Kepuasan	31
3.3.6. Hubungan <i>E-Recovery Service Quality</i> dengan Loyalitas	32
3.3.7. Hubungan Kepuasan dengan Loyalitas	33
3.4. Perumusan Hipotesis	34

BAB IV METODE PENELITIAN	35
4.1. Waktu dan Tempat Penelitian	35
4.2. Metode Pengambilan Sampel	35
4.3. Metode Pengumpulan Data	36
4.4. Sumber dan Jenis Data	37
4.5. Pengukuran Variabel	37
4.6. Analisis Data	38
4.6.1. Analisis Deskriptif	38
4.6.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	38
4.6.3. Evaluasi atas Asumsi SEM	39
4.6.4. Analisis Statistik dengan Analisis SEM	39
4.6.4.1. Analisis Faktor Konfirmatori	39
4.6.4.2. Analisis Full Model	42
4.6.5. Uji Hipotesis	42
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	44
5.1. Karakteristik Responden	44
5.2. Analisis Deskriptif Data Penelitian	45
5.2.1. Variabel <i>Online Marketing</i>	45
5.2.2. Variabel <i>E-Service Quality</i>	46
5.2.3. Variabel <i>E-Recovery Service Quality</i>	46
5.2.4. Variabel Kepuasan	47
5.2.5. Variabel Loyalitas	48
5.3. Analisis Data	49
5.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	49
5.3.2. Uji atas Asumsi SEM	51
5.3.3. Uji Analisis Konfirmatori	53
5.3.4. Analisis Full Model	59
5.4. Pengujian Hipotesis	64
5.5. Pembahasan	67
BAB VI PENUTUP	86
6.1. Kesimpulan	86
6.2. Implikasi	81
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Tabel <i>Goodness of Fit</i>	40
Tabel 5.1. Karakteristik Responden	44
Tabel 5.2. Frekuensi Variabel Online Marketing	45
Tabel 5.3. Frekuensi Variabel E-Service Quality	46
Tabel 5.4. Frekuensi Variabel E-Recovery Service Quality	47
Tabel 5.5. Frekuensi Variabel Kepuasan	47
Tabel 5.6. Frekuensi Variabel Loyalitas	48
Tabel 5.7. Tabel Uji Validitas	49
Tabel 5.8. Tabel <i>Average Variance Extraced</i>	50
Tabel 5.9. Tabel <i>Discrimant Validity</i>	50
Tabel 5.10. Tabel Reliabilitas	51
Tabel 5.11. Tabel Uji Normalitas	52
Tabel 5.12. Tabel Mahalanobis d-squared	53
Tabel 5.13. Tabel CFA Konstruk Eksogen	54
Tabel 5.14. Tabel CFA Konstruk Endogen	56
Tabel 5.15. Tabel CFA <i>Full Measurement</i>	59
Tabel 5.16. Tabel <i>Goodness of Fit</i>	60
Tabel 5.17. Tabel Regression Weight	61
Tabel 5.18. Tabel Standardized Regression Weight	62
Tabel 5.19. Tabel Squared Multiple Correlations	62
Tabel 5.20. Tabel Analisis Pengaruh Total	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1. Kerangka Konseptual Penelitian	25
Gambar 5.1. Model Variabel Eksogen Awal	53
Gambar 5.2. Model Variabel Eksogen Revisi	54
Gambar 5.3. Model Variabel Endogen Awal	55
Gambar 5.4. Model Variabel Endogen Revisi	55
Gambar 5.5. Model Full Measurement Awal	57
Gambar 5.6. Model Full Measurement Revisi	58
Gambar 5.7. Analisis Konfirmatory Full Model	60

