

TESIS

ANALISIS PENGARUH *EASE OF USE, RELIABILITY, EFFICIENCY, CONVENIENCE* DAN *SECURITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CORPORATE IMAGE* PADA PELANGGAN SHOPEE DI SURABAYA

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Magister Manajemen

Oleh :

NAMA : SYLVEISLIE DEBORA STELLA KINDANGEN

NPM : 02619180015



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN KAMPUS SURABAYA
2020**



IDENTITAS TIM PENGUJI

Judul :ANALISIS PENGARUH *EASE OF USE*,
RELIABILITY, *EFFICIENCY*, *CONVENIENCE*, DAN
SECURITY TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* DAN
CORPORATE IMAGE PADA PENGGUNA SHOPEE
DI SURABAYA

Nama Mahasiswa : Sylveislie Debora Stella Kindangen
NPM : 02619180015
Jurusan : Manajemen
Peminatan : Marketing Manajemen

TIM PEMBIMBING

Pembimbing 1 : Dr. Ronald S.T., M.M.
Pembimbing 2 : Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.

TIM PENGUJI

Ketua Tim Penguji : Dr. Ronald S.T., M.M.
Sekretaris : Hananiel Menoverdi G, B.A., M.BA.
Anggota : William Santoso, S.E., M.Ak.



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN KAMPUS
SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

Saya mahasiswa program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pelita Harapan Surabaya,

Nama Mahasiswa : Sylveislie Debora Stella Kindangen

Nomor Pokok Mahasiswa : 02619180015

Program Studi : Magister Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya Tugas Akhir yang saya buat dengan judul **“ANALISIS PENGARUH *EASE OF USE, RELIABILITY, EFFICIENCY, CONVENIENCE, DAN SECURITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CORPORATE IMAGE* PADA PENGGUNA SHOPEE DI SURABAYA”** adalah :

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku-buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya Tugas Akhir saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya Tugas Akhir saya.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka karya Tugas Akhir ini batal.

Surabaya, 6 Desember 2019

Yang membuat pernyataan,



Sylveislie Debora Stella Kindangen



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN KAMPUS
SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH *EASE OF USE, RELIABILITY, EFFICIENCY, CONVENIENCE*, DAN *SECURITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CORPORATE IMAGE* PADA PELANGGAN SHOPEE DI SURABAYA

Oleh:

Nama : Sylveislie Debora Stella Kindangen
NPM : 02619180015
Program Studi : Magister Manajemen

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Strata Dua, Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya

Surabaya, 09 Desember 2019

Menyetujui:

Pembimbing Utama

(Dr. Ronald S.T., M.M.)

Co- Pembimbing Supervisor

(Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.)

**Ketua Program Studi Magister
Manajemen**

(Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.)

Executive Director

(Dr. Ronald S.T., M.M.)





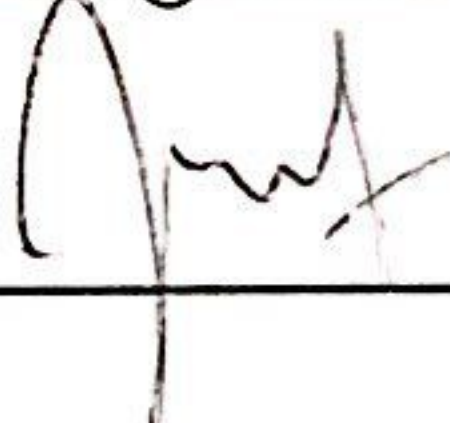
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN KAMPUS
SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada Selasa, 06 Januari 2020 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai gelar Strata Dua, Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya atas nama:

Nama : Sylveislie Debora Stella Kindangen
NPM : 02619180015
Program Studi : Magister Manajemen

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH *EASE OF USE, RELIABILITY, EFFICIENCY, CONVENIENCE, DAN SECURITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION DAN CORPORATE IMAGE PADA PELANGGAN SHOPEE DI SURABAYA*”** oleh tim penguji yang terdiri dari:

Dewan Penguji	Status	Tanda tangan
Dr. Ronald S.T., M.M.	sebagai Ketua Penguji, Pembimbing	 _____
Hananiel Menoverdi G., B.A., M.BA.	sebagai Penguji	 _____
William Santoso, S.E., M.Ak.	sebagai Penguji	 _____

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, rahmat, dan tuntunannya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk tesis dengan judul “Analisis Pengaruh *Ease of Use, Reliability, Efficiency, Convenience, dan Security* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* dan *corporate image* pada pengguna Shopee di Surabaya” dapat selesai dengan tepat waktu. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

Tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu karena adanya bimbingan, doa, bantuan, dan dukungan dari banyak pihak, dengan segala hormat dan kasih penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kekuatan, kesehatan dan kemampuan dalam mengerjakan skripsi dari awal sampai akhir.
2. Dr. Amelia, S.E., RFP-I, MM selaku Ketua Jurusan Program Studi Magister Manajemen Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya yang telah memberikan persetujuan untuk menyusun tugas akhir.
3. Dr. Ronald Suryaputra S.T., M.M, selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak sekali waktu dan pikiran dan memberikan banyak dukungan dengan bantuan, bimbingan, pengarahan, kritik dan saran, motivasi, dan pengertian.
4. Dr. Amelia, S.E., RFP-I, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, pikiran, dukungan, arahan, saran dan motivasi selama perkuliahan dan proses bimbingan.
5. Ibu Oliandes Sondakh S.E., M.M., Bapak Yanuar Dananjaya B.Sc., M.M., Bapak William Santoso, S.E., M.Ak., Bapak Hananiel Menoverdi G, B.A., M.BA., dan dosen-dosen Magister Manajemen lainnya yang Namanya tidak sempat disebutkan dalam penulisan ini, terima kasih untuk pengalaman dan ilmu yang berharga yang tak putus-putusnya diberikan kepada kami
6. Orang tua, keluarga besar yang terus memberikan dukungan dan pelajaran baik dari segi suka maupun duka sehingga bisa mencapai tahap ini.
7. Mama, sebagai pihak yang turut mengambil peran besar dalam kesuksesan hingga pada tahap ini.

8. Teman-teman seangkatan dan seperjuangan Magister Manajemen 2018 yang saling bekerjasama sehari-hari sejak dari awal masuk perkuliahan dan semua kenangan yang telah dilalui bersama baik di dalam kelas maupun diluar kelas sampai penyelesaian tugas akhir ini.
9. Sahabat-rasa keluarga Micinclub Glo, Inyu, Nella, Greony, Shandy, Livia, Yoan, Jitro, Brandon, Khemara, Timotius, Gabriel, Richard, Axcell, Surya yang sudah berbagi kenangan sekaligus pelajaran bersama di sepanjang perjalanan perkuliahan S2. Gonna miss everything about us.
10. Sahabat-sahabat di Manado yang selalu memberikan semangat dan doa selama perjalanan perkuliahan
11. Teman-teman lainnya yang turut mengambil peran dalam perjalanan perkuliahan ini
12. Seluruh pihak lain yang telah membantu dan mendukung selama masa perkuliahan sampai penyelesaian tugas akhir yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Demikian ungkapan terima kasih yang penulis bisa sampaikan, semoga Tuhan Yesus Kristus memberkati semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian tugas akhir.

Surabaya, 6 Desember 2019

Penulis,
Sylveislie Kindangen

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING AKHIR.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PENGUJI.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah.....	14
1.3 Rumusan masalah.....	14
1.4 Tujuan penelitian.....	15
1.5 Manfaat penelitian.....	15
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.5.2 Manfaat Empiris.....	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 <i>E-Commerce</i>	17
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.1.3 <i>Corporate Image</i>	20
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i>	21
2.1.5 <i>Ease of Use</i>	23
2.1.6 <i>Reliability</i>	24
2.1.7 <i>Efficiency</i>	25
2.1.8 <i>Convenience</i>	27
2.1.9 <i>Security</i>	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	32
2.3.1 Pengaruh <i>Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	32

2.3.2 Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.3.3 Pengaruh <i>Efficiency</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.3.4 Pengaruh <i>Convenience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	34
2.3.5 Pengaruh <i>Security</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	34
2.3.6 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	35
2.3.7 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Corporate Image</i>	35
2.3.8 Pengaruh <i>Corporate Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	36
2.4 Model Penelitian.....	37
2.5 Bagan Alur Berpikir	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Populasi dan Sampel.....	39
3.2.1 Populasi	39
3.2.2 Sampel.....	40
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	44
3.5 Metode Analisis Data	46
3.5.1 Uji Reliabilitas.....	55
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Gambaran Umum Shopee	57
4.2 Analisis Data	58
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	58
4.2.1.1 Karakteristik Responden	58
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2.1.4 Tanggapan Responden	61
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	70
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Ease of Use</i>	70
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Reliability</i>	71
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Efficiency</i>	73
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Convenience</i>	74
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Security</i>	75
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	76
4.2.2.7 Penjelasan Responden terhadap <i>Corporate Image</i>	77
4.2.2.8 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i>	78
4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data.....	79
4.2.3.1 Evaluasi Normalitas Data	80
4.2.3.2 Evaluasi <i>Outliers</i>	81
4.2.3.2.1 <i>Univariate Outliers</i>	81
4.2.3.2.2 <i>Multivariate Outliers</i>	83
4.2.3.3 Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i>	84
4.2.3.4 Analisis Faktor Konfirmatori.....	84
4.2.3.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen.....	84
4.2.3.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen	86
4.2.3.5 Analisis <i>Full Structural Equation Modeling</i>	87
4.2.3.6 Uji <i>Reliability</i>	90

4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis	91
4.2.4.1 Pengujian Hipotesis 1 (H1).....	91
4.2.4.2 Pengujian Hipotesis 2 (H2).....	92
4.2.4.3 Pengujian Hipotesis 3 (H3).....	92
4.2.4.4 Pengujian Hipotesis 4 (H4).....	93
4.2.4.5 Pengujian Hipotesis 5 (H5).....	93
4.2.4.6 Pengujian Hipotesis 6 (H6).....	94
4.2.4.7 Pengujian Hipotesis 7 (H7).....	94
4.2.4.8 Pengujian Hipotesis 8 (H8).....	95
4.3 Pembahasan.....	95
BAB V KESIMPULAN	113
5.1 Simpulan	113
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	113
5.1.1.1 Pengaruh <i>Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	113
5.1.1.2 Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	114
5.1.1.3 Pengaruh <i>Efficiency</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	115
5.1.1.4 Pengaruh <i>Convenience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	116
5.1.1.5 Pengaruh <i>Security</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	116
5.1.1.6 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Corporate Image</i>	117
5.1.1.7 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> ...	118
5.1.1.8 Pengaruh <i>Corporate Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	118
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian	119
5.2 Implikasi	120
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	120
5.2.2 Implikasi Manajerial	122
5.3 Rekomendasi	125
DAFTAR PUSTAKA	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Statistic Pengunjung <i>Platform E-Commerce</i>	6
Gambar 1.2 Grafik Statistic Pengunjung <i>Platform E-Commerce</i> Tertinggi.....	7
Gambar 1.3 Sea Group	8
Gambar 1.4 Shopee <i>Sellers</i>	9
Gambar 1.5 Promo Shopee	10
Gambar 1.6 <i>Review</i> Shopee	10
Gambar 1.7 Tampilan Beranda Shopee.....	11
Gambar 1.8 Tampilan Kebijakan Privasi Shopee	12
Gambar 1.9 Model Penelitian	37
Gambar 2.0 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis.....	49
Gambar 2.1 Responden Berdasarkan Usia	60
Gambar 2.2 <i>Confirmatory Analysis Ease of Use, Reliability, Efficiency,</i> <i>Convenience dan Security</i>	84
Gambar 2.3 <i>Confirmatory Analysis Customer Satisfaction, Corporate Image</i> <i>dan Customer Loyalty</i>	86
Gambar 2.4 <i>Full Structural Equation Model</i>	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Bagan Alur Berpikir.....	37
Tabel 1.2 Desain Inti Kuesioner.....	43
Tabel 1.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	44
Tabel 1.4 Keterangan Indikator Konstruk	48
Tabel 1.5 Keterangan Hubungan Konstruk	50
Tabel 1.6 Hasil Konversi ke Dalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Eksogen.....	50
Tabel 1.7 Konstruk Endogen	51
Tabel 1.8 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model.....	54
Tabel 1.9 Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 2.0 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 2.1 Derajat Penilaian Setiap Variabel	61
Tabel 2.2 Tanggapan Responden terhadap <i>Ease of Use</i>	61
Tabel 2.3 Tanggapan Responden terhadap <i>Reliability</i>	63
Tabel 2.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Efficiency</i>	64
Tabel 2.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Convenience</i>	65
Tabel 2.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Security</i>	66
Tabel 2.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	67
Tabel 2.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Corporate Image</i>	68
Tabel 2.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i>	69
Tabel 3.0 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Ease of Use</i>	70
Tabel 3.1 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Reliability</i>	71
Tabel 3.2 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Efficiency</i>	73
Tabel 3.3 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Convenience</i>	74
Tabel 3.4 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Security</i>	75
Tabel 3.5 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	76
Tabel 3.6 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Corporate Image</i>	77
Tabel 3.7 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i> ...	78
Tabel 3.8 <i>Goodness of Fit Index</i>	80
Tabel 3.9 Hasil Uji Normalitas Data	81

Tabel 4.0 Statistik Deskriptif <i>Z-score</i>	82
Tabel 4.1 Mahalonobis Distance	83
Tabel 4.2 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Ease of use, reliability, efficiency, convenience, dan security</i>	85
Tabel 4.3 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Customer Satisfaction, Corporate Image, Customer Loyalty</i>	87
Tabel 4.4 Index Pengujian Kelayakan.....	88
Tabel 4.5 <i>Regression Weights Full Structural Equation Model</i>	89
Tabel 4.6 Uji <i>Reliability</i>	90
Tabel 4.7 Hasil Uji Hipotesis.....	91
Tabel 4.8 Indikator Variabel <i>Ease of Use</i>	101
Tabel 4.9 Indikator Variabel <i>Reliability</i>	103
Tabel 5.0 Indikator Variabel <i>Efficiency</i>	104
Tabel 5.1 Indikator Variabel <i>Convenience</i>	106
Tabel 5.2 Indikator Variabel <i>Security</i>	107
Tabel 5.3 Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	108
Tabel 5.4 Indikator Variabel <i>Corporate Image</i>	109
Tabel 5.5 Indikator Variabel <i>Customer Loyalty</i>	110
Tabel 5.6 Implikasi Teoritis	121
Tabel 5.7 Implikasi Manajerial	123

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A.....	A-1
LAMPIRAN B.....	B-1
LAMPIRAN C.....	C-1
LAMPIRAN D.....	D-1