

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan penyertaan-Nya dalam menuntun saya dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan saran, kritik, dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesainya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald, ST, MM, CSMA, CDM, PMA, selaku *executive director* serta pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia, SE, RFP-I, MM, CSMA, selaku Ketua Program Studi Manajemen serta pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan di Universitas Pelita Harapan Surabaya.
3. Bapak Dr. Ronald, ST, MM, CSMA, CDM, PMA, selaku dosen pembimbing pertama yang telah membantu, membimbing, memberi perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan kepada saya dari awal perkuliahan dan selama proses pengerjaan penelitian ini dari awal hingga selesai.
4. Ibu Dr. Amelia, SE, RFP-I, MM, CSMA, selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu, membimbing, dan memberikan masukan- masukan, serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan dan proses penelitian ini.
5. Bapak William Santoso, S.E., M.AK, selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.

6. Dosen penguji dua yang turut membantu saya dalam memberi masukan.
7. Seluruh Dosen Prodi Manajemen, yang kiranya telah banyak memberikan pengetahuan kepada penulis.
8. Kepada diri sendiri, Monica Susannia yang sudah bertahan melalui proses yang panjang dan selalu mengeluh tapi akhirnya penelitian ini bisa selesai dengan tepat waktu.
9. Susan Gunawan, Mama saya yang senantiasa mendoakan saya dan menyemangati saya meskipun dengan cara mengomel sehingga penelitian ini bisa terselesaikan dengan tepat waktu.
10. Jodoh saya, Galvin Gieraldy Kurniawan, yang selalu memberi semangat dan asupan makanan saat saya mengerjakan revisi tiada henti. Yang selalu menjadi motivasi saya agar skripsi ini cepat selesai sehingga bisa segera menuju ke pelaminan.
11. Erwin K Julistiono, S. Kom, M.H., MAC (HRM) dan keluarga besar MPM periode 2019/2020 yang sudah membantu banyak hal dalam kehidupan kepemimpinan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
12. Keluarga besar HMP Management, yang telah memberikan saya banyak pengalaman selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
13. Keluarga besar Mentorship periode 2019-2020 yang senantiasa membimbing saya dan memberikan saya arahan untuk selalu berada di jalan yang benar.
14. Geng Lele Power, yang selalu menemani saya dari awal semester dan membuat hari-hari perkuliahan saya lebih indah.
15. Sahabat saya selama perkuliahan, Sevira Shalsa Bella Chandra, Clarita Maria Natasya, Cinta Kathleen Abigail, Michelle Valencia, Ni Made Nova Sinta Dewi, Evelyn Amadea, Adeline Margaret, Edwin Christian, Victor Abraham, Imelda Lourenzia, Mikhael Agustinus, Joel Philip, Alexander, Obed Adiel, Felix Steven Silalahi, Mikhael DS, Eric Tjong dan Aan Pratama yang selalu mewarnai hari-hari perkuliahan saya dengan keceriaan.

16. Slime dari Slime Diary ID yang membantu sebagai penyemangat ketika saya mulai mengantuk dalam mengerjakan penelitian ini.
17. Teman – teman konten kreator TikTok, yang selalu menjadi tempat berbagi dan bergibah untuk melepaskan kepenatanku setelah mengerjakan penelitian ini.
18. Staff Marketing UPH Kampus Surabaya, yang selalu mendukung dan memberikan saya kesempatan untuk mendapatkan pengalaman yang baru.
19. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 22 September 2020

Monica Susannia

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR</b>	
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</b>	
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Batasan Masalah.....	16
1.3 Rumusan Masalah .....	17
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Manfaat Penelitian.....	18
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	18
1.5.2 Manfaat Praktis .....	18
1.6 Sistematika Penelitian .....	19
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ....</b>	<b>21</b>
2.1 Landasan Teori .....	21
2.1.1 <i>Behavioral Intention</i> .....	21
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i> .....	23
2.1.3 <i>E-Service Quality</i> .....	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	36
2.3.1 Pengaruh <i>Environment Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	36
2.3.2 Pengaruh <i>Delivery Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	36
2.3.3 Pengaruh <i>Outcome Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	37

2.3.4	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> ...	38
2.4	Model Penelitian.....	39
2.5	Bagan Alur Berpikir .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>41</b>
3.1	Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	41
3.1.1	Jenis Penelitian.....	41
3.1.2	Jenis Data .....	41
3.2	Populasi dan Sampel .....	42
3.2.1	Populasi.....	42
3.2.2	Sampel.....	42
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	44
3.4	Definisi Operasional Variabel .....	47
3.5	Metode Analisis Data .....	50
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>60</b>
4.1	Gambaran Umum .....	60
4.1.1	Sociolla.....	60
4.1.2	Profil Responden.....	61
4.2	Analisis Data .....	65
4.2.1	Tanggapan Responden .....	65
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	73
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data .....	84
4.2.4	Analisis <i>Full Structural Equation Model</i> .....	94
4.2.5	Hasil Pengujian Hipotesis .....	97
4.3	Pembahasan .....	99
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>		<b>115</b>
5.1	Simpulan.....	115
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis .....	115
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	117
5.2	Implikasi .....	118
5.2.1	Implikasi Teoritis .....	118
5.2.2	Implikasi Manajerial .....	119
5.3	Rekomendasi .....	124

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Posisi Sociolla dalam Peta Persaingan <i>E-commerce</i> di Indonesia Tahun 2019 .....	6
Gambar 1.2	Posisi Sociolla dalam Persaingan <i>E-commerce</i> yang Menjual Produk Kosmetik di Indonesia Tahun 2019 .....	7
Gambar 1.3	Tampilan Halaman Utama Situs Sociolla .....	11
Gambar 1.4	Kualitas Gambar Produk di Situs Sociolla .....	12
Gambar 1.5	Halaman Utama Situs Sociolla yang Menunjukkan Pelayanan Informasi Bagi Konsumen .....	13
Gambar 1.6	Informasi <i>Review</i> Konsumen dan Rating Produk di Halaman Web Sociolla .....	14
Gambar 2.1	Model Penelitian .....	39
Gambar 2.2	Kerangka Berpikir Penelitian .....	40
Gambar 4.1	Usia Responden .....	62
Gambar 4.2	Pekerjaan Responden .....	64
Gambar 4.3	Pembelian oleh Responden melalui situs Sociolla 6 Bulan Terakhir .....	65
Gambar 4.4	<i>Confirmatory Factor Analysis Environment quality, Delivery quality, dan Outcome quality</i> .....	89
Gambar 4.5	<i>Confirmatory Factor Analysis Customer satisfaction dan Behavioral Intention</i> .....	91
Gambar 4.6	Model <i>Structural Equation Model</i> .....	94
Gambar 4.7	Model Modifikasi <i>Structural Equation Model</i> .....	96



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Desain Inti Kuesioner .....	45
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel .....	47
Tabel 3.3	Keterangan Hubungan Konstruk .....	52
Tabel 3.4	Hasil Konversi Ke Dalam Persamaan.....	52
Tabel 3.5	Kriteria <i>Goodness of Fit Index</i> .....	57
Tabel 4.1	Usia Responden .....	62
Tabel 4.2	Pekerjaan Responden.....	63
Tabel 4.3	Pembelian oleh Responden melalui Situs Sociolla 6 Bulan Terakhir.....	64
Tabel 4.4	Derajat Penilaian Tanggapan Responden .....	66
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Environment quality .....	66
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Delivery quality.....	68
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Outcome quality .....	70
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Customer Satisfaction .....	71
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Behavioral Intention.....	72
Tabel 4.10	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Environment quality .....	74
Tabel 4.11	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Delivery quality .....	76
Tabel 4.12	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Outcome quality .....	79
Tabel 4.13	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Customer Satisfaction.....	81
Tabel 4.14	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Behavioral Intention .....	83
Tabel 4.15	Hasil Uji Normalitas Data.....	84
Tabel 4.16	Statistik Deskriptif z-score.....	86
Tabel 4.17	Nilai Mahalanobis Distance.....	88
Tabel 4.18	Nilai Factor Loading Konstruk Eksogen .....	90
Tabel 4.19	Nilai Factor Loading Konstruk Endogen.....	92
Tabel 4.20	Hasil Uji Reliabilitas Konstruk.....	93
Tabel 4.21	Indeks Pengujian Kelayakan SEM (Base Model).....	95
Tabel 4.22	Indeks Pengujian Kelayakan SEM (Modification Model) .....	96
Tabel 4.23	Hasil Pengujian Hipotesis .....	97
Tabel 4.24	Indikator Variabel Environment quality .....	104
Tabel 4.25	Indikator Variabel Delivery quality .....	107
Tabel 4.26	Indikator Variabel Outcome quality .....	109
Tabel 4.27	Indikator Variabel Customer Satisfaction.....	111
Tabel 4.28	Indikator Variabel Behavioral Intention .....	112
Tabel 5.1	Implikasi Teoritis .....	117
Tabel 5.2	Implikasi Manajerial .....	120



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner .....	A-1
Lampiran B	Statistik Deskriptif Profil Responden .....	B-1
Lampiran C	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	C-1
Lampiran D	Uji Normalitas.....	D-1
Lampiran E	Uji Outlier Univariat Dengan Z-Score.....	E-1
Lampiran F	Uji Outlier Multivariat Dengan Mahalanobis Distance .....	F-1
Lampiran G	Uji CFA Konstruk Eksogen.....	G-1
Lampiran H	Uji CFA Konstruk Endogen .....	H-1
Lampiran I	Perhitungan Construct Reliability Dan Average Variance Extracted (AVE) .....	I-1
Lampiran J	Hasil SEM (Base Model).....	J-1
Lampiran K	Hasil SEM (Modification Model).....	K-1
Lampiran L	Hasil Turnitin.....	L-1

