

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa memberikan berkat, hikmat dan karuniaNya sehingga penulisan thesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Thesis ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik guna memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Pelita Harapan.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dan doa dari banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur dan hormat, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan thesis ini hingga selesai secara khusus kepada:

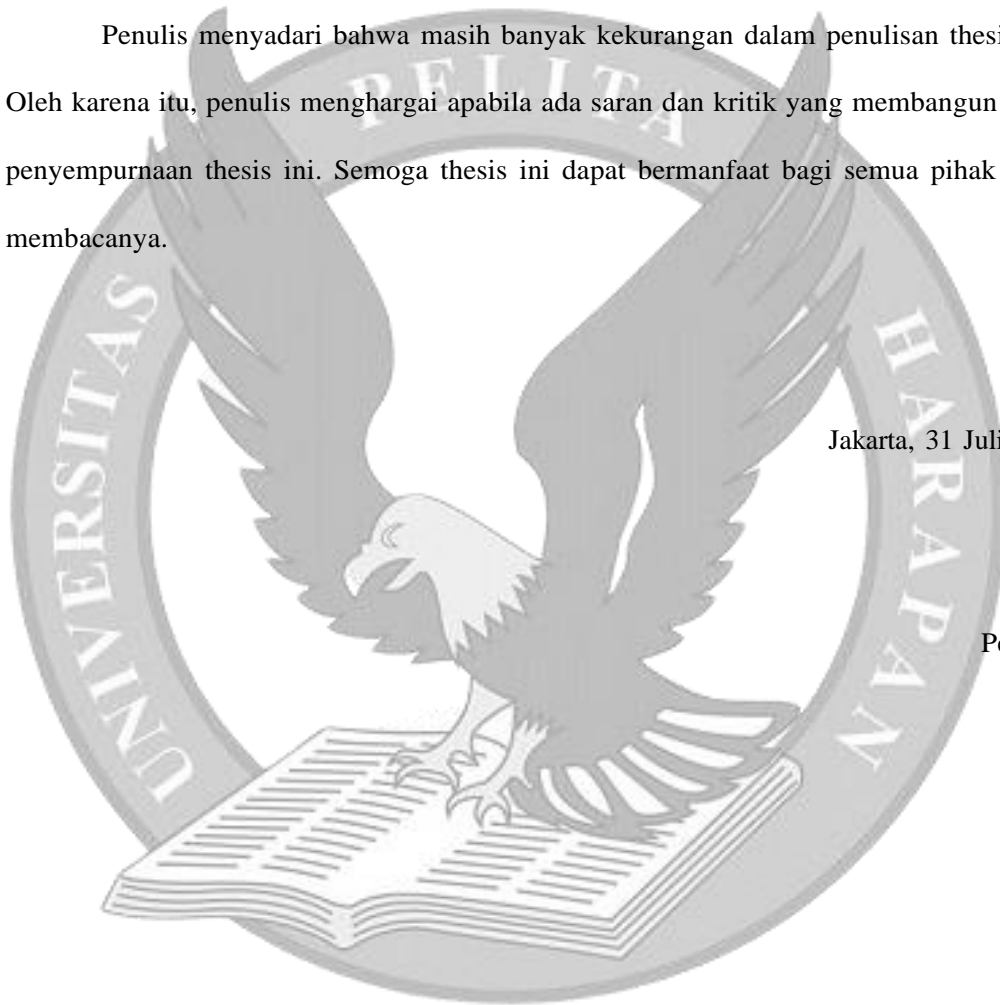
- 1) Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
- 2) Bapak Dr. Innocentius Bernarto, S.T., M.Si, M.M, M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Pelita Harapan.
- 3) Bapak Dr. Ir. Rudy Pramono, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu, membimbing, serta memberikan dukungan dan pengarahan sehingga thesis ini dapat diselesaikan dengan baik.
- 4) Ibu Ir. Dewi Surya Wuisan, M.M., yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dan banyak memberikan masukan.
- 5) Seluruh dosen dan staf pengajar dalam program studi Magister Manajemen UPH atas ilmu, pengalaman, saran, bimbingan, dan bantuan yang telah diberikan selama masa perkuliahan hingga thesis ini dapat selesai dengan baik.
- 6) Seluruh keluarga penulis yang telah memberikan dukungan, doa, dan motivasi dalam proses pengerjaan thesis ini.
- 7) Aaron, Candy, dan teman – teman Magister Manajemen yang selalu saling membantu dan mendukung selama masa perkuliahan.

- 8) Seluruh rekan-rekan penulis yang selalu sabar memberikan dukungan, semangat, doa, dan bantuan pada selama masa perkuliahan sampai terselesaikannya tugas akhir ini.
- 9) Seluruh responden yang telah sukarela membantu mengisi kuesioner penelitian.
- 10) Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan thesis ini. Oleh karena itu, penulis menghargai apabila ada saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan thesis ini. Semoga thesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, 31 Juli 2021

Penulis



DAFTAR ISI

halaman

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR..... | ii |
| PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR | iii |
| PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR..... | iv |
| PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR | v |
| ABSTRAK..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| DAFTAR TABEL..... | xvi |
| BAB I. PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang. | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah. | 10 |
| 1.3 Tujuan Penelitian. | 10 |
| 1.4 Manfaat Penelitian. | 11 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis..... | 11 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 11 |
| 1.5 Sistematika Penulisan..... | 11 |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA..... | 13 |
| 2.1 <i>Word Of Mouth</i> | 13 |
| 2.1.1 Manfaat <i>Word of Mouth</i> | 15 |
| 2.1.2 Indikator <i>Word of Mouth</i> | 15 |
| 2.1.3 Karakteristik <i>Word of Mouth</i> | 16 |
| 2.1.4 Jenis-Jenis <i>Word of Mouth</i> | 17 |

| | |
|--|-----------|
| 2.15 Motivasi Melakukan <i>Word of Mouth</i> | 18 |
| 2.2 <i>Customer Loyalty</i> | 18 |
| 2.2.1 Klasifikasi <i>Customer Loyalty</i> | 20 |
| 2.2.2 Karakteristik <i>Customer Loyalty</i> | 22 |
| 2.2.3 Tahapan <i>Customer Loyalty</i> | 23 |
| 2.2.4 Indikator <i>Customer Loyalty</i> | 27 |
| 2.2.5 Keuntungan <i>Customer Loyalty</i> | 28 |
| 2.3 <i>Customer Satisfaction</i> | 30 |
| 2.3.1 Tipe-Tipe <i>Customer Satisfaction</i> | 32 |
| 2.3.2 Metode Pengukuran <i>Customer Satisfaction</i> | 33 |
| 2.3.3 Indikator <i>Customer Satisfaction</i> | 34 |
| 2.3.4 Elemen <i>Customer Satisfaction</i> | 36 |
| 2.4 <i>Brand Credibility</i> | 37 |
| 2.5 Hipotesis | 39 |
| 2.6 Metode Penelitian..... | 43 |
| BAB III. METODE PENELITIAN | 44 |
| 3.1 Obyek Penelitian... .. | 44 |
| 3.2 Unit Analisis..... | 44 |
| 3.3 Tipe Penelitian..... | 45 |
| 3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian..... | 47 |
| 3.4.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)..... | 49 |
| 3.4.2 Variabel Dependen (<i>Dependent Variable</i>)..... | 50 |
| 3.4.3 Variabel Mediasi (<i>Intervening Variable</i>)... .. | 50 |
| 3.5 Populasi dan Sampel | 51 |
| 3.5.1 Populasi | 52 |
| 3.5.2 Sampel | 52 |
| 3.6. Teknik Pengumpulan Data..... | 54 |
| 3.6.1 Skala Pengukuran | 57 |

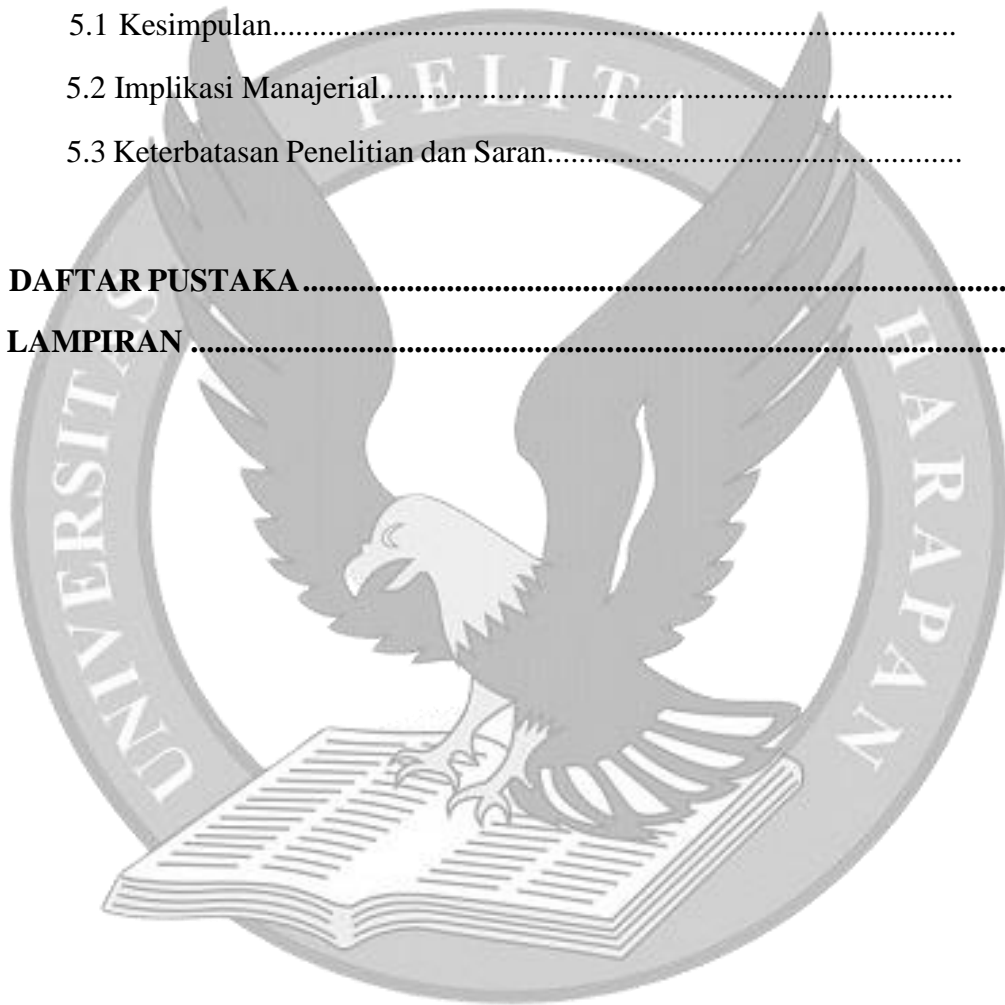
| | |
|---|----|
| 3.7 Metode Analisis Data..... | 64 |
| 3.7.1 Statistik Deskriptif | 65 |
| 3.7.2 Statistik Inferensial | 67 |
| 3.7.2.1 <i>Partial Least Square (PLS) – Structural Equation Modelling (SEM)</i> | 68 |
| 3.7.2.2 Evaluasi Model | 69 |
| 3.7.2.3 Evaluasi <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)..... | 72 |
| 3.7.2.4 Evaluasi <i>Inner Model</i> (Model Struktural)..... | 76 |
| 3.7.2.5 Evaluasi <i>Inner Model</i> (Model Struktural) Awal | 78 |
| 3.7.2.5 Evaluasi <i>Inner Model</i> (Model Struktural) Akhir | 79 |
| 3.7.2.6 Pengujian Hipotesis | 80 |
| 3.7.2.6.1 Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung..... | 81 |
| 3.7.2.6.2 Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (Uji Mediasi)..... | 81 |
| 3.8 Pengujian Instrumen Penelitian. | 83 |
| 3.8.1 Uji Validitas..... | 83 |
| 3.8.2 Uji Reliabilitas | 84 |
| 3.9 Hasil Uji Instrumen Pendahuluan. | 85 |
| 3.9.1 Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)..... | 85 |
| 3.9.1.1 Hasil Uji Validitas Konvergen Pendahuluan..... | 85 |
| 3.9.1.1.2 Hasil Uji Validitas Diskriminan Pendahuluan..... | 88 |
| 3.9.1.2 Hasil Uji Realiabilitas Pendahuluan..... | 89 |

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN..... 91

| | |
|-------------------------------------|----|
| 4.1 Karakteristik Responden. | 91 |
| 4.1.1 Jenis Kelamin..... | 91 |
| 4.1.2 Usia | 92 |
| 4.1.3 Status Pernikahan. | 93 |
| 4.1.4 Tingkat Pendidikan Akhir..... | 94 |

| | |
|--|-----|
| 4.1.5 Pekerjaan | 95 |
| 4.1.6 Domisili | 96 |
| 4.1.7 Penghasilan Perbulan | 97 |
| 4.2 Hasil Analisis Data | 98 |
| 4.2.1 Statistik Deskriptif | 98 |
| 4.2.1.1 <i>Brand Credibility</i> | 99 |
| 4.2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i> | 101 |
| 4.2.1.3 <i>Customer Loyalty</i> | 103 |
| 4.2.1.4 <i>Word of Mouth</i> | 105 |
| 4.2.2 Statistik Inferensial | 107 |
| 4.2.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 107 |
| 4.2.2.1.1 Uji Validitas Aktual | 107 |
| 4.2.2.1.2 Uji Reliabilitas | 113 |
| 4.2.2.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>) | 113 |
| 4.2.2.2.1 Koefisien Determinasi (R^2) | 114 |
| 4.2.2.2.2 Uji Multikolinearitas | 115 |
| 4.2.2.3 Pengujian Hipotesis | 116 |
| 4.2.2.3.1 Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung (Uji Signifikansi) | 117 |
| 4.2.2.3.1 Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (Uji Mediasi) | 119 |
| 4.3 Pembahasan | 123 |
| 4.3.1 Pengaruh <i>Brand Credibility</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Tokopedia | 123 |
| 4.3.2 Pengaruh <i>Brand Credibility</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Tokopedia | 124 |
| 4.3.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Word of Mouth</i> pada Tokopedia | 124 |
| 4.3.4 Pengaruh <i>Customer Loyalty</i> terhadap <i>Word of Mouth</i> pada Tokopedia | 125 |
| 4.3.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Tokopedia | 125 |

| | |
|--|------------|
| 4.3.6 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> memediasi hubungan <i>Brand Credibility</i> terhadap <i>Word of Mouth</i> pada Tokopedia | 126 |
| 4.3.7 Pengaruh <i>Customer Loyalty</i> memediasi hubungan <i>Brand Credibility</i> terhadap <i>Word of Mouth</i> pada Tokopedia..... | 127 |
| BAB V. KESIMPULAN | 128 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 128 |
| 5.2 Implikasi Manajerial..... | 129 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran..... | 130 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 131 |
| LAMPIRAN | 136 |



DAFTAR GAMBAR

| | halaman |
|--|----------------|
| Gambar 1.1 Pertumbuhan <i>e-commerce</i> | 2 |
| Gambar 1.2 Top Aplikasi E-commerce di Indonesia dan Asia Tenggara..... | 3 |
| Gambar 1.3 Rata-rata Kunjungan Web <i>E-commerce</i> | 7 |
| Gambar 1.4 Rarta-rata Kunjungan Web Bulanan Tokopedia | 8 |
| Gambar 1.5 91 Juta Data Pengguna Tokopedia Dijual Seharaga US\$7.000. | 8 |
| Gambar 2.1 Konsep <i>Customer Satisfaction</i> | 31 |
| Gambar 2.2 Model Penelitian Jurnal Utama | 43 |
| Gambar 3.1 Model Penelitian | 51 |
| Gambar 3.2 Evaluasi Model..... | 70 |
| Gambar 3.3 Evaluasi <i>Inner Model</i> (Model Struktural) Awal..... | 79 |
| Gambar 3.4 Evaluasi <i>Inner Model</i> (Model Struktural) Akhir | 80 |
| Gambar 3.5 Model Mediasi..... | 82 |
| Gambar 4.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 108 |
| Gambar 4.2 <i>Path Model PLS Algorithm</i> | 114 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|----------------|
| Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator..... | 47 |
| Tabel 3.2 Skala Likert | 60 |
| Tabel 3.3 Kuesioner Tentang <i>Brand Credibility</i> | 61 |
| Tabel 3.4 Kuesioner Tentang <i>Customer Satisfaction</i> | 61 |
| Tabel 3.5 Kuesioner Tentang <i>Customer Loyalty</i> | 62 |
| Tabel 3.6 Kuesioner Tentang <i>Word of Mouth</i> | 63 |
| Tabel 3.7 Klasifikasi Sikap..... | 66 |
| Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Konvergen Pendahuluan – <i>Outer Loadings</i> | 86 |
| Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Konvergen Pendahuluan – <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 87 |
| Tabel 3.10 Hasil Uji Diskriminan Pendahuluan – <i>Fornell dan Larcker</i> | 88 |
| Tabel 3.11 Hasil Uji Diskriminan Pendahuluan – <i>Heterotrait – Monotrait (HTMT)</i> | 89 |
| Tabel 3.12 Hasil Uji Realibilitas Pendahuluan..... | 90 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 91 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 92 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan..... | 93 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Tingkat Pendidikan Akhir..... | 94 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 95 |
| Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili..... | 96 |
| Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan. | 97 |
| Tabel 4.8 Klasifikasi Sikap..... | 98 |
| Tabel 4.9 Statistik Deskriptif <i>Brand Credibility</i> | 99 |
| Tabel 4.10 Statistik Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i> | 101 |
| Tabel 4.11 Statistik Deskriptif <i>Customer Loyalty</i> | 103 |
| Tabel 4.12 Statistik Deskriptif <i>Word of Mouth</i> | 105 |
| Tabel 4.13 Uji Validitas Konvergen Aktual Berdasarkan <i>Factor Loading</i> | 108 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Konvergen Aktual - <i>AVE</i> | 110 |

| | |
|---|-----|
| Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Diskriminan Aktual – <i>Fornell and Larcker Criterion</i> | 111 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Diskriminan Aktual – <i>Heterotrait – Monotrait Ratio (HTMT)</i> | 112 |
| Tabel 4. 17 Uji Reliabilitas berdasarkan <i>Composite Reliability</i> | 113 |
| Tabel 4.18 Nilai <i>R Square (R)</i> | 114 |
| Tabel 4.19 VIF..... | 115 |
| Tabel 4.20 <i>Path Coefficient Bootstrapping (T-Statistic)</i> | 116 |
| Tabel 4.21 <i>Specific Indirect Effect</i> | 120 |
| Tabel 4.22 Total Effect..... | 120 |
| Tabel 4.23 Hasil Penelitian..... | 122 |

