

KATA PENGANTAR

Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, penyertaan dan pertolongan-Nya sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Tesis ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar magister manajemen (M.M).

Penulis menyadari bahwa tesis ini tidak dapat terlaksana tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, atas segala didikan, berkat, penyertaan, pertolongan, perlindungan dan karunia yang melimpah sepanjang hidup saya.
2. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
3. Bapak Dr. Innocentius Bernarto, S.T., M.M., M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Pelita Harapan yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan selama penulisan proposal hingga penulisan tesis.
4. Bapak Dr. Lamhot Henry Pasaribu, S.T., M.M selaku dosen pembimbing tesis yang telah bersama-sama merajut karya tulis ilmiah ini dengan penuh ketelitian, dukungan moral, kesabaran, dan juga kebijaksanaan.
5. Bapak Bona Christanto Siahaan, M.T., S.Si selaku dosen statistika yang telah dengan sabar dan penuh dedikasi memberikan bimbingan, pengarahan, serta tantangan yang membangun bagi penulis agar dapat memberikan hasil tulisan yang terbaik.
6. Pak Joko selaku Administrasi MM UPH yang telah banyak memberikan bantuan untuk memudahkan pengurusan terkait hal-hal administratif.
7. Mba Adolfina selaku *Marketing & Admission* MM UPH yang dengan penuh keramahan telah menyambut dan memberi penulis semangat sejak awal pendaftaran perkuliahan hingga membantu dalam menyebarkan kuesioner dalam rangka mendukung penyelesaian penulisan tesis.

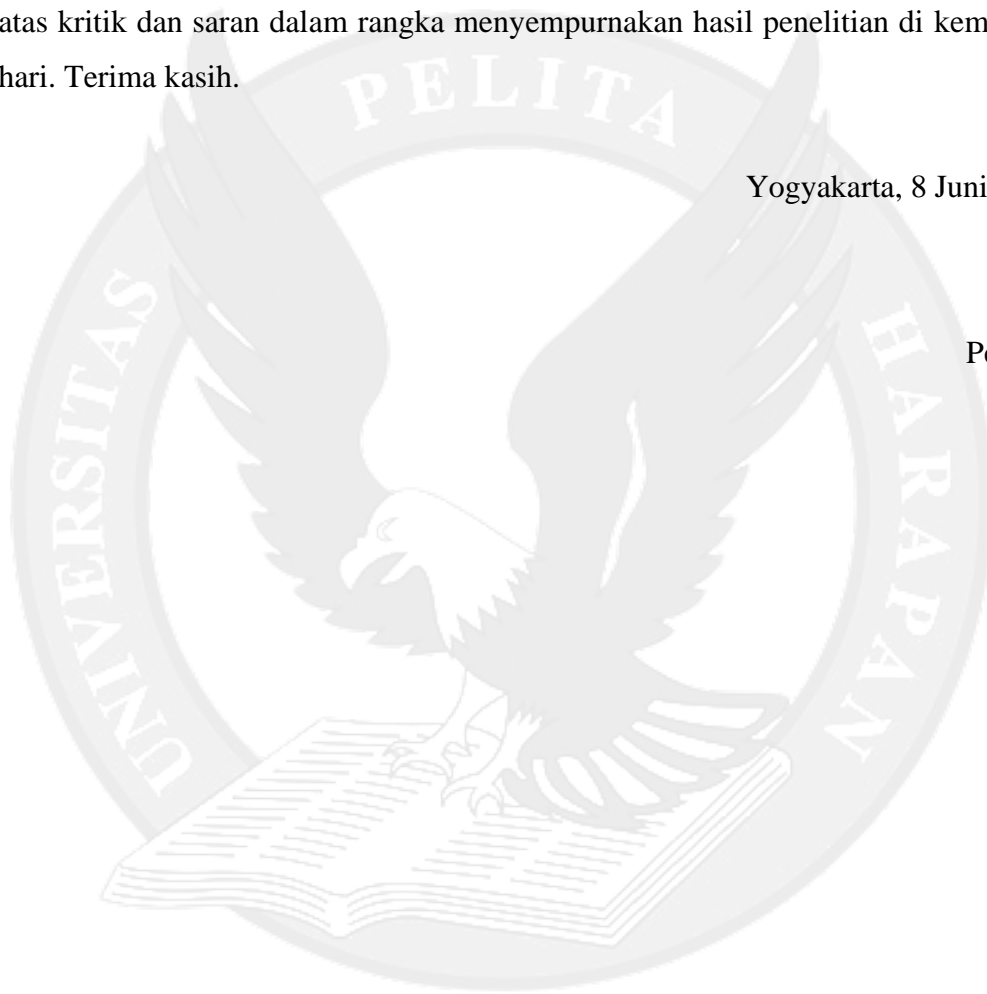
8. Seluruh dosen Magister Manajemen UPH yang selama ini telah mengajarkan dan memberikan penulis ilmu yang berharga dan juga cara pandang baru selama proses perkuliahan berlangsung.
9. Papa Petrus Hendromuljono, selaku orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan moral dan juga memberikan keleluasaan bagi penulis dalam menggunakan waktu untuk menyelesaikan studi di tengah-tengah pekerjaan yang ada.
10. Floren Antony, selaku sahabat yang selalu hadir dan ada untuk memberikan kehangatan, yang sejak awal munculnya ide menempuh pendidikan S2 telah memberikan dukungan moral, semangat, waktu, hingga bantuan pemikiran, sehingga penulis dapat menyelesaikan seluruh tantangan yang ada selama proses perkuliahan berlangsung dengan baik.
11. Maria, Jonathan, dan Heidy, teman seperjuangan yang telah dengan murah hati saling bertukar ilmu dan informasi penting, saling mendukung, saling membantu, peduli dan terus memberikan warna dalam proses belajar di bangku pendidikan S2.
12. Seluruh teman-teman MM Batch 83 yang telah menemani untuk berdinamika bersama salam masa proses pembelajaran.
13. Debby dan Daniel, kedua kakak penulis yang telah memberikan bantuan dalam penyebaran kuesioner tesis.
14. Angie, Shareen, dan Phoebe, selaku keponakan penulis yang telah memberikan bantuan dalam pengisian kuesioner tesis.
15. Elia, Anka, Elita dan Lyvia, selaku teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penulisan tesis berlangsung.
16. Seluruh karyawan Satria yang telah memberikan bantuan dalam mengisi kuesioner penelitian.
17. Seluruh teman-teman di Instagram, Whatsapp, dan Facebook yang telah dengan murah hati memberikan bantuan dalam mengisi kuesioner, bahkan menyebarkan kuesioner ke orang lain guna mendukung keperluan penelitian.

18. Ginger, anjing peliharaan penulis, yang selalu memberikan hiburan dan keceriaan, serta dengan setia menemani proses penulisan tesis hingga larut malam.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki sejumlah kekurangan dalam informasi maupun bahasa. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka atas kritik dan saran dalam rangka menyempurnakan hasil penelitian di kemudian hari. Terima kasih.

Yogyakarta, 8 Juni 2021

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoretis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Konsep Variabel.....	16
2.1.1 Mobile Service Quality	17
2.1.2 Brand Image	22
2.1.3 Customer Satisfaction	29
2.1.4 Customer Loyalty.....	31
2.1.5 Customer Satisfaction sebagai Variabel Mediasi.....	34

2.2 Pengajuan Hipotesis	35
2.3 Model Penelitian	42
BAB III: METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Objek Penelitian	43
3.2 Unit Analisis	43
3.3 Tipe Penelitian	43
3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	44
3.5 Populasi dan Sampel	46
3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	47
3.5.2 Metode Penarikan Sampel.....	47
3.6 Metode Pengumpulan Data	48
3.6.1 Skala Pengukuran Mobile Service Quality	49
3.6.2 Skala Pengukuran Brand Image	50
3.6.3 Skala Pengukuran Customer Satisfaction	52
3.6.1 Skala Pengukuran Customer Loyalty	53
3.7 Metode Analisis Data	54
3.7.1 Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>).....	56
3.7.1.1 Uji Reliabilitas	56
3.7.1.2 Uji Validitas	57
3.7.2 Model Struktural (<i>Structural Model</i>)	58
3.7.2.1 Multikoleniaritas (<i>VIF</i>)	58
3.7.2.2 <i>Size and Significance of Path Coefficient</i>	59
3.7.2.3 <i>Coefficient of Determination</i>	59

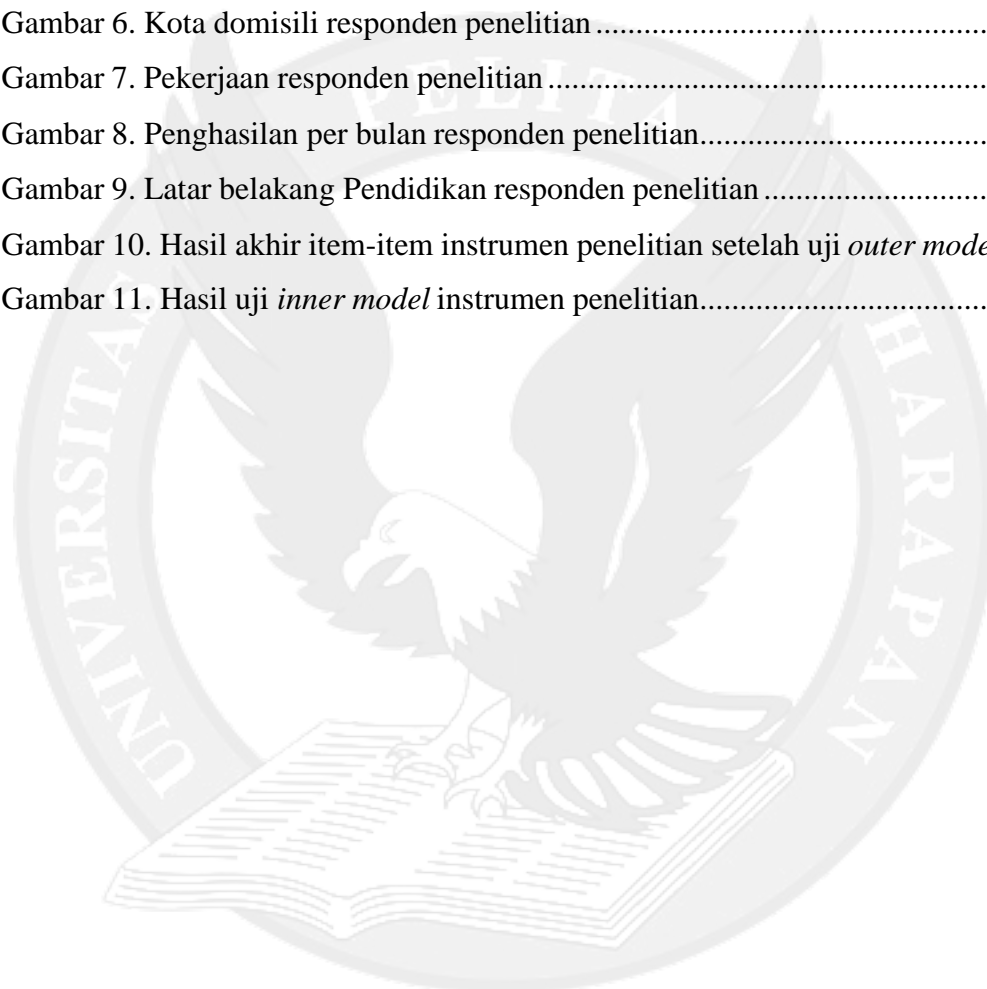
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian.....	59
3.8.1 Uji Reliabilitas	64
3.8.1.1 <i>Factor Loading</i>	62
3.8.1.2 <i>Composite Reliability</i>	63
3.8.2 Uji Validitas	64
3.8.2.1 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	64
3.8.2.2 <i>Discriminant Validity</i>	64
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Hasil Penelitian	66
4.1.1 <i>Profil Responden</i>	67
4.1.1.1 <i>Gender</i>	67
4.1.1.2 <i>Rentang Usia</i>	67
4.1.1.3 <i>Kota Domisili</i>	68
4.1.1.4 <i>Pekerjaan</i>	69
4.1.1.5 <i>Penghasilan per Bulan</i>	70
4.1.1.6 <i>Tingkat Pendidikan</i>	71
4.1.2 Deskripsi Konstruk Penelitian	72
4.1.3 Analisis Data Penelitian	80
4.1.3.1 <i>Outer Model</i>	81
4.1.3.2 <i>Inner Model</i>	85
4.2 Pembahasan.....	90
BAB V: KESIMPULAN	94
5.1 Kesimpulan	94

5.2 Implikasi Manajerial	95
5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian Berikutnya	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	105



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Hierarchy of branding</i>	27
Gambar 2. Model kerangka penelitian	42
Gambar 3. Hasil uji <i>measurement model</i> instrumen penelitian.....	61
Gambar 4. Gender responden penelitian	67
Gambar 5. Rentang usia responden penelitian	68
Gambar 6. Kota domisili responden penelitian	69
Gambar 7. Pekerjaan responden penelitian	70
Gambar 8. Penghasilan per bulan responden penelitian.....	71
Gambar 9. Latar belakang Pendidikan responden penelitian	72
Gambar 10. Hasil akhir item-item instrumen penelitian setelah uji <i>outer model</i> ...	81
Gambar 11. Hasil uji <i>inner model</i> instrumen penelitian.....	85



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabulasi Penelitian Terdahulu Terkait <i>Mobile Service Quality</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	36
Tabel 2. Tabulasi Penelitian Terdahulu Terkait <i>Brand Image</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	38
Tabel 3. Tabulasi Penelitian Terdahulu Terkait <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Loyalty</i>	40
Tabel 4. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	45
Tabel 5. Item Skala Pengukuran M-S-QUAL	49
Tabel 6. Item Skala Pengukuran <i>Brand Image</i>	50
Tabel 7. Item Skala Pengukuran <i>Customer Satisfaction</i>	52
Tabel 8. Item Skala Pengukuran <i>Customer Loyalty</i>	53
Tabel 9. Loading Factor Item Instrumen Penelitian Uji Pendahuluan	62
Tabel 10. Composite Reliability Variabel Instrumen Penelitian	63
Tabel 11. <i>Average Variance Extracted</i> Variabel Instrumen Penelitian	64
Tabel 12. Hasil Uji Validitas Diskriminan Fornell-Larcker.....	65
Tabel 13. Hasil Uji Validitas Diskriminan Heterotrait-Monotrait (HTMT).....	65
Tabel 14. Konstruk <i>Mobile Service Quality</i>	72
Tabel 15. Konstruk <i>Brand Image</i>	73
Tabel 16. Konstruk <i>Customer Satisfaction</i>	74
Tabel 17. Konstruk <i>Customer Loyalty</i>	75
Tabel 18. Deskripsi Konstruk <i>Mobile Service Quality</i>	75
Tabel 19. Deskripsi Konstruk <i>Brand Image</i>	76
Tabel 20. Deskripsi Konstruk <i>Customer Satisfaction</i>	78
Tabel 21. Deskripsi Konstruk <i>Customer Loyalty</i>	79
Tabel 22. Nilai Loading Factor Item Variabel Penelitian	82
Tabel 23. Nilai Composite Reliability Variabel Penelitian	83
Tabel 24. Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) Variabel Penelitian	83
Tabel 25. Nilai Validasi Diskriminan Fornell-Larcker Variabel Penelitian	84
Tabel 26. Nilai Validasi Diskriminan Heterotrait-Monotrait (HTMT) Variabel Penelitian.....	84

Tabel 27. Nilai Kolinearitas (VIF) Variabel Penelitian	86
Tabel 28. Nilai Koefisien Jalur dan <i>P</i> -Value	86
Tabel 29. Nilai R ² Variabel Penelitian.....	87
Tabel 30. Hasil Uji Hipotesis dan Besar Pengaruh	88

