

KATA PENGANTAR

Pertama-tama saya selaku penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa memberikan rahmat hikmat dan Kesehatan yang sangat luar biasa baik dari luar maupun dalam lingkungan dalam menyelesaikan tugas akhir sebagai persyaratan akademik untuk mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya. Pada penelitian ini, saya sebagai penulis meyakini bahwa seluruh pengungkapan, penyajian, dan penggunaan kata-kata dan Bahasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan segala bentuk kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik, dan segala bentuk pengarahan dari seluruh pihak untuk perbaikan padatugas akhir ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terimakasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku Executive Director dan Associate Dean yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia, S.E., M.M, RFP-I, CSMA, selaku kepala program studi manajemen yang membanu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

3. Ibu Dr. Amelia, S.E., M.M, RFP-I, CSMA, selaku pembimbing pertama yang telah memberikan seluruhnya, perhatian, waktu, dan tenaga hingga kesabaran penuh, serta memberikan dorongan yang mendukung dan memberikan kritik saran yang membangun kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
4. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku pembimbing kedua yang telah membantu, membimbing, memberi saran dan pengertian, tenaga, serta semangat yang kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
5. Bapak Hananiel Mennoverdi Gunawan, BA, MBA, selaku pembimbing akademik dari awal masuk di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya, yang sudah sangat membantu dan mengingatkan saya dalam berbagai pengumuman, serta mengajarkan berbagai hal dari awal hingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Ibu Priskilla E.E. Napitupulu, S.Sos, M.M., CSMA, CHCSA, selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
7. Ibu Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M., CSMA
selaku dosen penguji kedua yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
8. Keluarga saya, Mama, Papa, Kakak yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan baik secara tenaga dan waktu, dukungan yang luar biasa dalam menyelesaikan penelitian ini.

9. Lydia Nikosan yang telah senantiasa mendukung, menyemangati, mendoakan serta membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan saya, serta dalam menyelesaikan penelitian ini.
10. Teman-Teman seperjuangan saya, Vincent, Rafles, Alfado, Tyang, Marsha, Yovina, Nancy, dan lain-lain yang telah saling memberikan semangat dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya, terutama yang sudah membantu dan memberikan dukungan dalam penelitian ini.

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

Surabaya, 24 Agustus 2021



Daniel Andrian

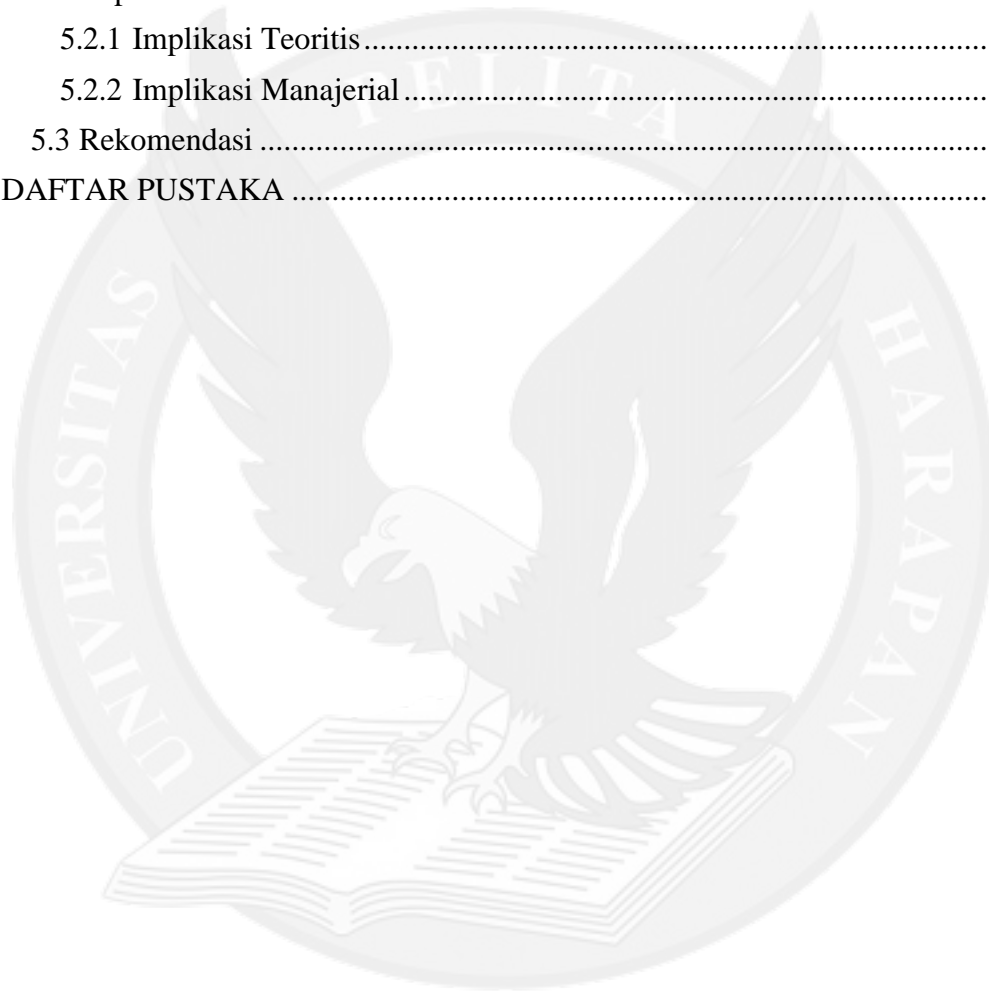
DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	18
1.3 Rumusan Masalah	18
1.4 Tujuan Penelitian.....	19
1.5 Manfaat penelitian	20
1.5.1 Manfaat teoritis	20
1.5.2 Manfaat Praktis	20
1.6 Sistematika Penulisan.....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	23
2.1 Landasan Teori	23
2.1.1 Word of Mouth	23
2.1.2 Continuen Commitment.....	26
2.1.3 Customer Satisfaction	27
2.1.4 Performance Expectancy	29
2.1.5 Effort Expectancy	31
2.1.6 Social Influence	32
2.1.7 Hedonic Motivation	34
2.1.8 Price Value.....	36
2.2 Penelitian Terdahulu.....	38
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	40
2.3.1 Pengaruh Performance Expectancy terhadap Customer Satisfaction ...	40
2.3.2 Pengaruh Effort Expectancy terhadap Customer Satisfaction	40

2.3.3 Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	41
2.3.4 Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	41
2.3.5 Pengaruh Price Value terhadap Customer Customer Satisfaction	42
2.3.6 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Continuance Commitment</i> .	42
2.3.7 Pengaruh <i>Continuen Commitment</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	43
2.4 Model Penelitian	44
2.5 Bagan Alur Berfikir	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1 Jenis Penelitian	47
3.2 Populasi dan Sampel	48
3.2.1 Populasi	48
3.2.2 Sampel	48
3.3 Metode Pengumpulan Data	50
3.4 Definisi Operasioal dan Pengukuran Variabel	54
3.5 Metode Analisis	58
3.5.1 Pengolahan Data	58
3.5.2 Pengujian Hipotesis	59
3.5.2.1 Uji Validitas	60
3.5.2.2 Uji Reabilitas	60
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik	61
3.5.2.4 Uji Linearitas	63
3.5.2.5 Analisis Linier Regresi Sederhana (<i>Simple Regression</i>)	64
3.5.2.6 Analisis Linear Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>)	64
3.5.2.7 Koefisien Kolerasi (R)	66
3.5.2.8 Koeisien Determinasi (R^2)	67
3.5.2.9 Uji F	68
3.5.2.10 Uji T	68
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Gambaran Umum <i>Shopee</i>	70
4.2 Analisis Data	71
4.2.1 Statistik Deskriptif	71
4.2.1.1 Karakteristik Responden	71
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	72
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73

4.2.1.4	Tanggapan Responden	74
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel	87
4.2.2.1	Penjelasan Responden terhadap <i>Word of Mouth</i>	87
4.2.2.2	Penjelasan Responden terhadap <i>Continuance Commitment</i>	88
4.2.2.3	Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	90
4.2.2.4	Penjelasan Responden terhadap <i>Performance Expectancy</i>	91
4.2.2.5	Penjelasan Responden terhadap <i>Effort Expectancy</i>	93
4.2.2.6	Penjelasan Responden terhadap <i>Social Influence</i>	94
4.2.2.7	Penjelasan Responden terhadap <i>Hedonic Motivation</i>	96
4.2.2.8	Responden terhadap <i>Price Value</i>	97
4.2.3	Uji Validitas	98
4.2.4	Uji <i>Reability</i>	101
4.2.5	Uji Asumsi Klasik Regresi	102
4.2.5.1	Uji Normalitas Data	102
4.2.5.2	Uji Multikolinearitas	105
4.2.5.3	Uji Heterokedastisitas	106
4.2.5.4	Uji Linearitas.....	109
4.3	Metode Analisis Statistik.....	110
4.3.1	Analisis Regresi	110
4.3.1.1	Analisis Regresi Sederhana.....	110
4.3.1.2	Analisis Regresi Berganda	111
4.3.2	Analisis Koefisien Korelasi	113
4.3.2.1	Analisis Koefisien Korelasi Sederhana.....	113
4.3.2.2	Analisis Koefisien Korelasi Berganda	114
4.3.3	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	114
4.4	Metode Pengujian Hipotesis.....	116
4.4.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	116
4.4.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	117
4.5	Pembahasan	120
BAB V KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI		143
5.1	Simpulan.....	143
5.1.1	Simpulan atas Hipotesis.....	147
5.1.1.1	Pengaruh <i>Performance expectancy</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	147

5.1.1.2 Pengaruh Hedonic Motivation terhadap Customer Satisfaction ..	148
5.1.1.3 Pengaruh Effort Expectancy terhadap Customer Satisfaction	148
5.1.1.4 Pengaruh Price Value terhadap Customer Satisfaction.....	149
5.1.1.5 Pengaruh Social Influence terhadap Customer Satisfaction	150
5.1.1.6 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Continuance Commitment.....	151
5.1.1.7 Pengaruh <i>Continuance Commitment</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	152
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian	152
5.2 Implikasi	155
5.2.1 Implikasi Teoritis	155
5.2.2 Implikasi Manajerial	157
5.3 Rekomendasi	162
DAFTAR PUSTAKA	164



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik transaksi <i>E-Commerce</i> di Indonesia (2014-2018).....	4
Gambar 1.2 Peringkat penjualan dari 5 negara di Asia.....	7
Gambar 1.3: Bukti <i>word of mouth</i>	10
Gambar 1.4: Bukti <i>continuance commitment</i>	11
Gambar 1.5: Bukti Customer Satisfaction	12
Gambar 1.6: Bukti performance expectancy.....	13
Gambar 1.7: Bukti <i>effort expectancy</i>	14
Gambar 1.8 Bukti <i>hedonic motivation</i>	16
Gambar 1.9 Bukti <i>price value</i>	17
Gambar 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	40
Gambar 2.2 Model Penelitian	44
Gambar 2.3 Bagan Alur Berpikir	46
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	72
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Normalitas <i>Customer Satisfaction</i>	103
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Normalitas <i>Continuance Commitment</i>	104
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Normalitas <i>Word of Mouth</i>	105
Gambar 4.6 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Customer Satisfaction</i>	107
Gambar 4.7 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Continuance Commitment</i>	107
Gambar 4.8 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Word of Mouth</i>	108
Gambar 4.9 Hasil Penelitian	120

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Shopee dan pesaingnya	9
Tabel 3.1 Desain inti kuesioner.....	52
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	55
Tabel 3.3 mengenai Koefisien Determinasi	68
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	72
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	75
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Word of mouth</i>	75
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Continaunce Commitment</i>	77
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>customer satisfaction</i>	79
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Performance Expectancy</i>	80
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Effort Expectancy</i>	82
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Social Influence</i>	83
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap <i>Hedonic Motivation</i>	85
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap <i>Price Value</i>	86
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Word of Mouth</i>	87
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Continuance Commitment</i>	89
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	90
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Performance Expectancy</i>	92
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Effort Expectancy</i> 93	
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Social Influence</i> ...	94
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Hedonic Motivation</i>	96
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Price Value</i>	97
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word of Mouth</i>	98
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Continuance Commitment</i>	98
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	99
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Performance Expectancy</i>	99
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Effort Expectancy</i>	99
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Social Influence</i>	100
Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Hedonic Motivation</i>	100
Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Price Value</i>	100
Tabel 4.28 Uji Reliabilitas	101
Tabel 4.29 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S)	102
Tabel 4.30 Nilai Tolerance dan VIF	106
Tabel 4.31 Spearman Test Correlation.....	108
Tabel 4.32 Hasil Uji Linearitas	109
Tabel 4.33 Hasil Uji Regresi Berganda (CS*CC).....	110
Tabel 4.34 Hasil Uji Regresi Berganda (CC*WOM)	110
Tabel 4.35 Hasil Uji Regresi Berganda (PV, HM, SI, EE, PE)	111
Tabel 4.36 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R^2)	114

Tabel 4.37 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R^2)	115
Tabel 4.38 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R^2)	115
Tabel 4.39 Hasil Uji F.....	116
Tabel 4.40 Hasil Uji T.....	117
Tabel 4.41 Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	128
Tabel 4.42 Indikator Variabel <i>Price Value</i>	130
Tabel 4.43 Indikator Variabel <i>Hedonic Motivation</i>	132
Tabel 4.44 Indikator Variabel <i>Social Influence</i>	134
Tabel 4.45 Indikator Variabel <i>Effort Expectancy</i>	136
Tabel 4.46 Indikator Variabel <i>Performance Expectancy</i>	137
Tabel 4.47 Indikator Variabel <i>Continuance Commitment</i>	140
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	155
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	160



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : KUISIONER	A-1
LAMPIRAN B : TABULASI DATA	B-1
LAMPIRAN C : HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....	C-1
LAMPIRAN D : HASIL TURNITIN	D-1

