

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena anugerah dan hikmat yang diberikan sehingga penulisan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Karya tulis dengan judul **“ANALISIS FAKTOR *PLAYFULNESS*, *SERVICE QUALITY*, *INTIMACY* DAN *SWITCHING BARRIERS* TERHADAP *LOYALTY* MELALUI *SATISFACTION* DAN *TRUST* PADA PELANGGAN TOKOPEDIA DI SURABAYA.”** bertujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelas Sarjana Manajemen Strata Satu Universitas Pelita Harapan. Selain itu juga berfungsi menambah wawasan penulis mengenai perilaku konsumen dalam menggunakan aplikasi Tokopedia dan usaha yang dapat dilakukan pemilik aplikasi e-commerce untuk membuat konsumennya menjadi Loyal.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang sudah membantu penyelesaian makalah stdi kasus ini sebagai berikut:

1. Kepada kedua orang tua penulis yang sudah membiayai biaya perkuliahan di UPH Kampus Surabaya dan menyediakan segala kebutuhan proses penulisan makalah.
2. Dr. Ronald, S.T., M.M., CSMA, CDM, PMA, selalu *Executive Director* UPH Kampus Surabaya sekaligus Pembimbing Utama dalam makalah ini yang memberikan berbagai saran dan masukan untuk penyempurnaan makalah ini.
3. Dr. Amelia, S.E., RFP-I, M.M., CSMA, CDM, selaku Kepala Program Studi Manajemen UPH Kampus Surabaya sekaligus Pembimbing Kedua karena telah memberikan berbagai dukungan dari sisi program studi sehingga pembuatan makalah dapat dilancarkan.
4. Ibu Dr. Amelia, S.E., RFP-I, M.M., CSMA, CDM, selaku dosen pembimbing akademik sedari awal masuk kuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya, yang sangat supportif membantu dan

meningkatkan serta mengajarkan berbagai hal dari awal hingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.

5. Bapak dan Ibu dosen lainnya yang telah memberikan pemahaman teoritis dalam berbagai bidang melalui pembelajaran di UPH selama 9 semester ini.
6. Dylan, Ngeks, Met, Ngok, Santus, Dharma, Jessica, Indra, Kirei dan rumpun keluarga E11 yang juga turut menjadi salah satu *support system* yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penelitian ini.
7. Teman-teman dan kakak kelas yang mendukung dan memberikan contoh karya tulisnya sehingga karya tulis ini dapat diselesaikan karena bantuan panduan bentuk kerangka tugas akhir dan penulisan.
8. Pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang mendukung penyelesaian makalah ini.

Surabaya, 13 Agustus 2022



(Michael Chrispian Halim)

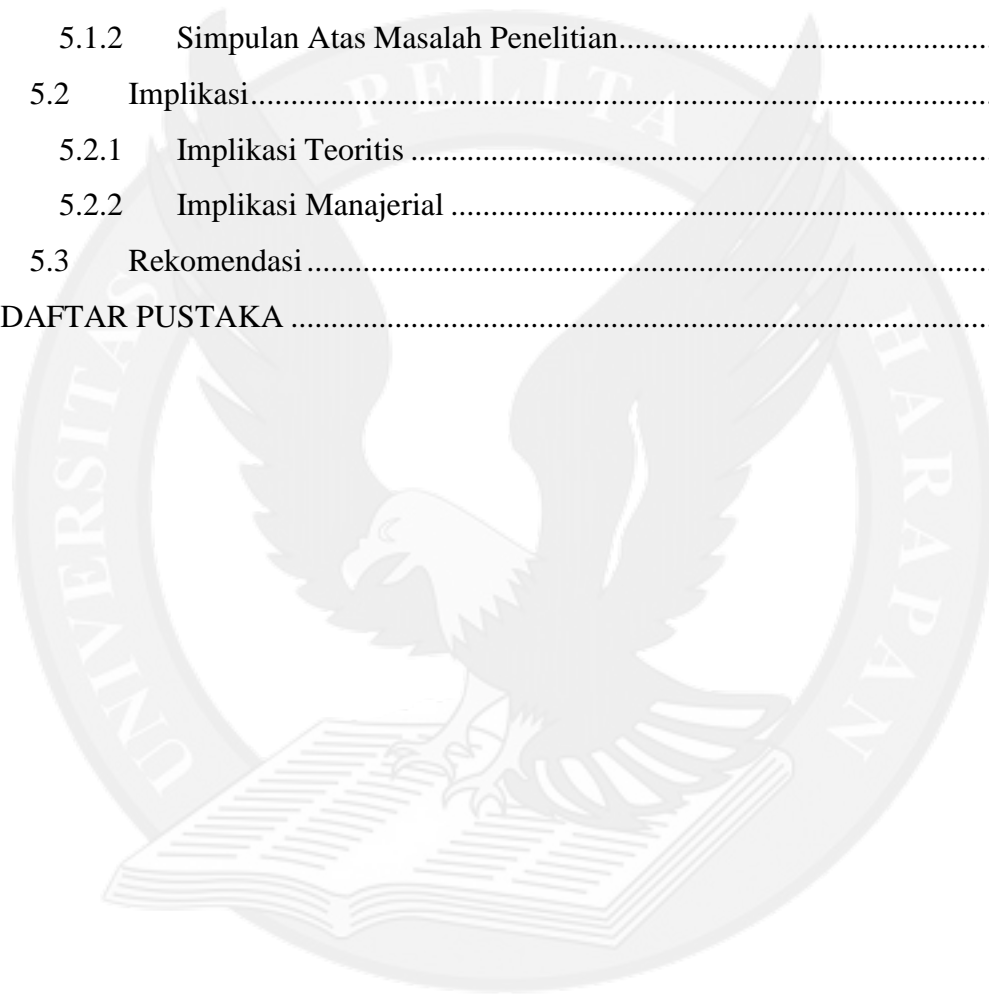
DAFTAR ISI

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	12
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.5.1 Manfaat Teoritis	15
1.5.2 Manfaat Praktis	16
1.6 Sistematika penulisan.....	16
BAB II.....	18
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Playfulness (Keceriaan)	18
2.1.2 Service quality (Kualitas Layanan)	19
2.1.3 Intimacy.....	21
2.1.4 Satisfaction.....	22
2.1.5 Trust	23

2.1.6	Switching barrier	24
2.1.7	Loyalty	26
2.2	Penelitian terdahulu.....	27
2.3	Pengembangan Hipotesis	28
2.3.1	Pengaruh Playfulness terhadap Satisfaction.....	28
2.3.2	Pengaruh Service Quality terhadap Satisfaction	28
2.3.3	Pengaruh Service Quality terhadap Trust	29
2.3.4	Pengaruh Intimacy terhadap Trust	29
2.3.5	Pengaruh Satisfaction terhadap Loyalty	30
2.3.6	Pengaruh Trust terhadap Loyalty	30
2.3.7	Pengaruh Switching Barrier terhadap Loyalty	30
2.4	Model Penelitian	31
2.5	Bagan Alur Berpikir	31
BAB III	35
METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1	Jenis Penelitian.....	35
3.2	Populasi dan Sampel	36
3.2.1	Populasi	36
3.2.2	Sampel.....	36
3.3	Metode Pengumpulan Data	38
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	40
3.5	Metode Analisis Data	45
3.5.1	Uji Reliabilitas	59
BAB IV	61
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	61
4.1	Gambaran Umum	61
4.1.1	Tokopedia.....	61
4.1.2	Profil Responden.....	62
4.1.2.1	Jenis Kelamin Responden.....	62
4.1.2.2	Usia Responden	63
4.2	Analisis data	64
4.2.1	Tanggapan responden	64

4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	76
4.2.2.1	Penjelasan Responden terhadap <i>Playfulness</i>	76
4.2.2.2	Penjelasan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	77
4.2.2.3	Penjelasan Responden terhadap <i>Intimacy</i>	79
4.2.2.4	Penjelasan Responden terhadap <i>Satisfaction</i>	81
4.2.2.5	Penjelasan Responden terhadap <i>Trust</i>	82
4.2.2.6	Penjelasan Responden terhadap <i>Switching Barriers</i>	84
4.2.2.7	Penjelasan Responden terhadap <i>Loyalty</i>	85
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data	87
4.2.3.1	Evaluasi Normalitas Data	89
4.2.3.2	Evaluasi <i>Outliners</i>	90
4.2.3.2.1	Univariate <i>Outliers</i>	91
4.2.3.2.2	Multivariate <i>Outliers</i>	92
4.2.3.3	Evaluasi Multicollinearity dan Singularity	93
4.2.3.4	Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)93	
4.2.3.4.1	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen	94
4.2.3.4.2	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen	96
4.2.4	Analisis Full Structural Equation Modeling	98
	Sumber: Dikembangkan dari <i>Full Structural Equation Model</i>	100
4.2.5	Uji Reliability	102
4.2.6	Hasil Pengujian Hipotesis	103
4.2.6.1	Pengujian Hipotesis 1(H1).....	104
4.2.6.2	Pengujian Hipotesis 2(H2).....	105
4.2.6.3	Pengujian Hipotesis 3(H3).....	105
4.2.6.4	Pengujian Hipotesis 4(H4).....	106
4.2.6.5	Pengujian Hipotesis 5(H5).....	107
4.2.6.6	Pengujian Hipotesis 6(H6).....	107
4.2.6.7	Pengujian Hipotesis 7(H7).....	108
4.3	Pembahasan.....	108
BAB 5	128
KESIMPULAN	128
5.1	Simpulan	128

5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis	129
5.1.1.1	Pengaruh <i>Playfulness</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	129
5.1.1.2	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	130
5.1.1.3	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Trust</i>	131
5.1.1.4	Pengaruh <i>Intimacy</i> terhadap <i>Trust</i>	132
5.1.1.5	Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Loyalty</i>	133
5.1.1.6	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Loyalty</i>	134
5.1.1.7	Pengaruh <i>Switching Barriers</i> terhadap <i>Loyalty</i>	135
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian	136
5.2	Implikasi	137
5.2.1	Implikasi Teoritis	137
5.2.2	Implikasi Manajerial	139
5.3	Rekomendasi	145
DAFTAR PUSTAKA		147



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gambar E-Commerce.....	3
Gambar 1. 2 Persaingan Tokopedia dan Shoope.....	4
Gambar 1. 3 Gambar Tokopedia.....	6
Gambar 1. 4 Pemilik Tokopedia.....	6
Gambar 1. 5Promo melalui Instagram reels Tokopedia.....	7
Gambar 1. 6 Penilaian terhadap toko di Tokopedia.....	8
Gambar 1. 7 Pemberian penilaian Toko di Tokopedia.....	9
Gambar 1. 8 Kerja Sama antara Tokopedia dan Gopay.....	10
Gambar 1. 9 Kepercayaan pembeli dengan Rating Produk.....	10
Gambar 1. 10 Kategori melalui Produk Unggulan.....	11
Gambar 1. 11 Fitur Wishlist.....	12
Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	31
Gambar 3. 1Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis.....	50
Gambar 4. 1 Persentase Jenis Kelamin.....	63
Gambar 4. 2 Persentase Usia Responden.....	64
Gambar 4. 3 <i>Playfulness, Service Quality, Intimacy, dan Switching Barriers</i>	94
Gambar 4. 4 <i>Satisfaction, Trust dan Loyalty</i>	96
Gambar 4. 5 <i>Full Structural Equation Model</i>	98

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Likert Scale Data.....	40
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	43
Tabel 3. 3 Operasional Variabel.....	44
Tabel 3. 4 Operasional variabel.....	45
Tabel 3. 5 Keterangan Indikator Konstruk.....	48
Tabel 3. 6 Keterangan Hubungan Konstruk.....	50
Tabel 3. 7 Hasil Konversi ke Dalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Eksogen dan Endogen	52
Tabel 3. 8 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (Goodness of Fit Index)	58
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	62
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	63
Tabel 4. 3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	65
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Playfulness</i>	66
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	67
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap <i>Intimacy</i>	69
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap <i>Satisfaction</i>	70
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap <i>Trust</i>	72
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap <i>Switching Barriers</i>	73
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden terhadap <i>Loyalty</i>	75
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Playfulness</i>	76
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Service Quality</i> ...	78
Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Intimacy</i>	79

Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Satisfaction</i>	81
Tabel 4. 15 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Trust</i>	82
Tabel 4. 16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Switching Barriers</i>	84
Tabel 4. 17 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Loyalty</i>	85
Tabel 4. 18 Goodnes of Fit Index.....	88
Tabel 4. 19 Evaluasi Normalitas Data.....	89
Tabel 4. 20 Statistik Deskriptif <i>Z-Score</i>	91
Tabel 4. 21 <i>Mahalanobis Distance</i>	92
Tabel 4. 22 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Playfulness, Service Quality, Intimacy dan Switching Barriers</i>	94
Tabel 4. 23 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Satisfaction, Trust dan Loyalty</i>	97
Tabel 4. 24 Index Pengujian Kelayakan	99
Tabel 4. 25 Regression Weight Full Structural Equation Model	100
Tabel 4. 26 Uji Reliability.....	102
Tabel 4. 27 Hasil Uji Hipotesis	104
Tabel 4. 28 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Playfulness</i>	112
Tabel 4. 29 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Service Quality</i>	115
Tabel 4. 30 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Intimacy</i>	118
Tabel 4. 31 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Satisfaction</i>	120
Tabel 4. 32 Indiaktor yang Paling Mempengaruhi <i>Trust</i>	122
Tabel 4. 33 Indikator yang Paling mempengaruhi <i>Switching Barriers</i>	123

Tabel 4. 34 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Loyalty</i>	125
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis	138
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial	143



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUISIONER	1
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA KUISIONER.....	4
LAMPIRAN 3 HASIL UJI DESKRIPTIF	12
LAMPIRAN 4 OUTPUT TEXT AMOS	20
LAMPIRAN 5 HASIL UJI TURNITIN.....	60

