

**EFEK KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN, LOYALITAS
PELANGGAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN REPUTASI PERUSAHAAN PADA
E-COMMERCE SHOPEE DENGAN NILAI JASA YANG DIPERSEPSIKAN
SEBAGAI MEDIATOR**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Daniel Setiawan Sutomo

NPM: 170323533

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

YOGYAKARTA,

2021



SURAT KETERANGAN

No. 263/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Kamis, 3 Februari 2022 dengan susunan penguji sebagai berikut:

1. Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. (Ketua Penguji)
2. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB., Ph.D. (Anggota)
3. Agnes Gracia Quita, SE., M.Sc. (Anggota)

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Daniel Setiawan Sutomo

NPM : 170323533

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Daniel Setiawan Sutomo telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Alamat

Kampus III Gedung Bonaventura
Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281

URL

Kontak

Telepon : +62-274-487711 ext. 3120, 3127
Fax : +62-274-485227
Surel : fbe@uajy.ac.id



Skripsi

**EFEK KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN, LOYALITAS
PELANGGAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN REPUTASI PERUSAHAAN PADA
E-COMMERCE SHOPEE DENGAN NILAI JASA YANG DIPERSEPSIKAN
SEBAGAI MEDIATOR**



Disusun oleh:

Daniel Setiawan S

NPM: 170323533

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Wenefrida Mahestan Krishanti", is positioned below the "Pembimbing" label. The signature is fluid and cursive.

Wenefrida Mahestan Krishanti., SE., M.Sc.IB, Ph.D

19 Desember 2021

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**EFEK KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN, KESETIAAN
PELANGGAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN REPUTASI PERUSAHAAN PADA
E-COMMERCE SHOPEE DENGAN NILAI JASA YANG DIPERSEPSIKAN
SEBAGAI MEDIATOR**

Benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar Pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya plagiarisme sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini maka gelar ijazah saya peroleh dinyatakan batal dan akan dikembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 November 2021



Daniel Setiawan S

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Efek Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Citra Perusahaan dan Reputasi Perusahaan pada *E-commerce* Shopee dengan Nilai Jasa yang Dipersepsikan sebagai Mediator “. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Jurusan Manajemen Universitas Atmajaya.

Penulis menyadari penelitian skripsi ini tidak lepas dari bantuan pihak-pihak lainnya. Maka kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih diperuntukan kepada:

1. Wenefrida Mahestan Krishanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D. selaku dosen pembimbing.
2. Bapak, kakak, adik yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan moral.
3. Ibu yang sudah membesarkan, mendidik selama ini dan baru kemarin 30 Desember 2021 dipanggil Tuhan yang Maha kuasa
4. Orang yang sudah dianggap sebagai adik sendiri yang membantu dalam menerjemahkan Bahasa Inggris ke Indonesia Natalia Yovita.
5. Kepada teman-teman online yang tidak bisa disebutkan satu per satu
6. Teman teman anggota Club CBR Yogyakarta yang selalu memberikan dukungan dan support
7. Orang yang selalu di repotkan dan bertanya tentang skripsi Hanis Tita Karina S.M dan Dhiyay
8. Teman – teman dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna sebagai tambahan informasi serta pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan

Yogyakarta, 10 Oktober 2021

Daniel Setiawan S



Motto

Believe in yourself and all that you are. Know that there is something inside you that is greater than any obstacle

“Percayalah pada dirimu dan semua yang kamu miliki. Kamu harus sadar bahwa kamu lebih besar dari pada hambatan yang kamu hadapi”



Christian D. Larson

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
Halaman Motto	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	5
1.3.Lingkup Penelitian	5
1.4.Tujuan Penelitian	6
1.5.Manfaat Penelitian	6
1.6.Sistematika Penulisan	7
BAB II PENDAHULUAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9

2.1.Kualitas layanan	9
2.2.Kepuasan Pelanggan	10
2.3.Loyalitas	11
2.4.Reputasi Perusahaan	12
2.5.Nilai Jasa yang Dipersepsikan	14
2.6.Citra Perusahaan	15
2.7.Penelitian Terdahulu	16
2.8.Pengembangan Hipotesis	20
2.8.1. Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Nilai Jasa yang Dipersepsikan	20
2.8.2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan yang terhadap Citra Perusahaan	21
2.8.3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Reputasi Perusahaan	22
2.8.4. Pengaruh Citra Perusahaan dan Reputasi Perusahaan terhadap Loyalitas pelanggan	22
2.9.Kerangka Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1.Jenis dan Sumber Data	26
3.2.Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel	26
3.3.Subjek dan Objek Penelitian	27

3.4. Prosedur Penelitian	27
3.4.1. Teknik Pengumpulan Data	27
3.4.2. Metode Pengukuran Data	28
3.4.3. Face Validity	28
3.5. Definisi Operasional dan Indikator Penelitian	30
3.6. Metode Pengujian Penelitian	33
3.6.1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	34
3.6.2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	35
3.6.3. Uji Hipotesis	35
3.6.4. Uji Mediasi	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1. Pengantar	38
4.2. Analisis Profil Responden	38
4.2.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis kelamin	38
4.2.2. Profil Responden Menggunakan Shopee dalam satu bulan terakhir	40
4.2.3. Profil Responden Berdasarkan Rata – rata Pengeluaran Belanja Online dalam Satu Bulan	40
4.3. Analisis SEM-PLS	41
4.4. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	42
4.4.1. Uji <i>Convert Validity</i>	43

4.4.2. Uji <i>Discriminant Validity</i>	47
4.4.3. Uji <i>Composite Reliability</i>	50
4.5. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	51
4.6. Pengujian Hipotesis	51
4.6.1. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Nilai Jasa yang Dipersepsikan	53
4.6.2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Nilai Jasa yang Dipersepsikan	53
4.6.3. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan	54
4.6.4. Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan	54
4.6.5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Citra Perusahaan	54
4.6.6. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Citra Perusahaan	55
4.6.7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Reputasi Perusahaan	55
4.6.8 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Reputasi Perusahaan	55
4.6.9. Pengaruh Nilai Jasa yang Dipersepsikan terhadap Citra Perusahaan	56
4.6.10. Pengaruh Nilai Jasa yang Dipersepsikan terhadap Reputasi Perusahaan	56
4.7. Uji Mediasi	56
4.7.1. Nilai Jasa yang dipersepsikan memediasi pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Citra Perusahaan	58
4.7.2. Nilai Jasa yang dipersepsikan memediasi Kualitas Layanan terhadap Citra Perusahaan	59

4.7.3. Nilai Jasa yang dipersepsikan memediasi Kepuasan Pelanggan terhadap Reputasi Perusahaan	60
4.7.4. Nilai Jasa yang dipersepsikan memediasi pengaruh Kualitas Layanan terhadap Reputasi Perusahaan	61
4.8. Pembahasan Hipotesis	61
4.8.1. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Nilai Jasa yang dipersepsikan	61
4.8.2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Nilai Jasa yang dipersepsikan	61
4.8.3. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan	62
4.8.4. Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan	62
4.9 Pembahasan Pengaruh Mediasi	63
4.9.1 Nilai Jasa yang dipersepsikan memediasi pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Citra Perusahaan	63
4.9.2. Nilai Jasa yang dipersepsikan memediasi Kualitas Layanan Terhadap Citra Perusahaan	63
4.9.3 Nilai Jasa yang dipersepsikan memediasi pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Reputasi Perusahaan	64
4.9.4 Nilai Jasa yang dipersepsikan memediasi pengaruh kualitas Layanan terhadap Reputasi Perusahaan	64
BAB V PENUTUP	65
5.1. Kesimpulan	65
5.2. Implikasi Manajerial	66

5.3.Keterbatasan Penelitian	66
5.4.Saran Penelitian Selanjutnya	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	69



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Table 3.1 Hasil <i>Face validity</i>	26
Tabel 3.2 Definisi dan Operasional dan Indikator Penelitian	27
Table 4.1 Profil Responden berdasar Jenis Kelamin	35
Table 4.2 Profil Responden berdasarkan Usia	35
Tabel 4.3 Profil Responden Menggunakan Shopee dalam satu bulan	36
Table 4.4 Profil Responden Berdasar Rata-rata Pengeluaran Belanja Online dalam Satu bulan	37
Table 4.5 <i>Cross Loading</i> pertama	40
Table 4.6 Hasil EVE	42
Table 4.7 <i>Cross Loading</i>	43
Table 4.8 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	45
Tabel 4.9 <i>Composite Reliability</i>	45
Table 4.10 <i>R-Square Adjusted</i>	46
Table 4.11 <i>Pat Coefficient</i>	48
Tabel 4.12 <i>Specific Indirect Effect</i>	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Periode Kuartal I – 2021	1
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	25
Gambar 4.1 Model Struktural	38
Gambar 4.2 Model Konstruktural Pertama	39
Gambar 4.3 Model Konstruktural kedua	41
Gambar 4.4 Model Konstruktural Bootstrapping	47
Gambar 4.5 Model Mediasi pertama	52
Gambar 4.6 Model Mediasi kedua	53
Gambar 4.7 Model Mediasi ketiga	54
Gambar 4.8 Model Mediasi keempat	54

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER

LAMPIRAN II DATA RESPONDEN DAN JAWABAN RESPONDEN

LAMPIRAN II HASIL OLAH DATA



ABSTRAK

Maju nya teknologi dan arus informasi membantu masyarakat Indonesia menjadi lebih terbuka pada pengetahuan global, munculnya toko online juga mendukung kemajuan tren dan mode yang ada di Indonesia. Namun, pada tahun 2016 hingga 2018 Shopee mengalami ketidakstabilan jumlah pengunjung menjadi alasan utama penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak kepuasan pelanggan, kualitas layanan, nilai yang dipersepsikan, citra perusahaan dan reputasi perusahaan pada loyalitas pelanggan serta nilai jasa yang dipersepsikan. sebagai efek mediasi.

Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah 162 orang yang semua nya diambil dari jumlah penduduk Kota Yogyakarta. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner analisis data dalam penelitian ini menggunakan SMART PLS dan *Microsoft Excel*.

Kata kunci : kualitas layanan, loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan , reputasi perusahaan, citra perusahaan, dan nilai jasa yang dipersepsikan.