

SKRIPSI MANAJEMEN PEMASARAN
PENGARUH KUALITAS KONTEN DAN *RELATIONSHIP QUALITY*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN: STUDI PADA FITUR TIKTOK
SHOP



Disusun Oleh

Benedikta Alva Sita

190324665

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2023

Skripsi

**PENGARUH KUALITAS KONTEN DAN *RELATIONSHIP QUALITY*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN: STUDI PADA FITUR TIKTOK
*SHOP***



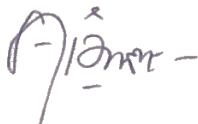
Disusun oleh:

Benedikta Alva sita

NPM: 190324665

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Dr. J. Ellyawati, MM.

11 Mei 2023

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS KONTEN DAN *RELATIONSHIP QUALITY* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN: STUDI PADA FITUR TIKTOK *SHOP*

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:


Benedikta Alva Sita

NPM: 190324665

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 8 Juni 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen


Susunan Panitia Penguji

Ketua Panitia Penguji


Dr. J. Ellyawati, MM

Anggota Panitia Penguji



Nadia Nila Sari, SE., MBA.


Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA

Yogyakarta, 22 Juni 2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Dr. B. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

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

**PENGARUH KUALITAS KONTEN DAN *RELATIONSHIP QUALITY*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN: STUDI PADA FITUR TIKTOK
*SHOP***

Benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain yang dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 11 Mei 2023

Yang menyatakan,



Benedikta Alva Sita

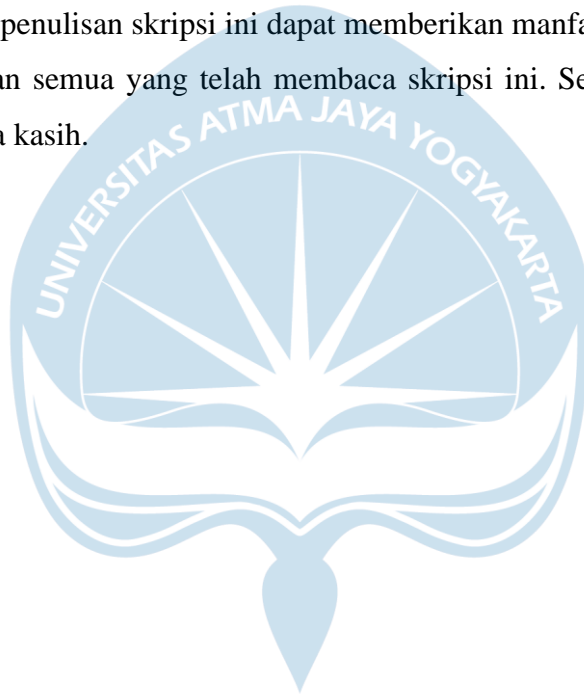
KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat kemurahan-Nya yang telah diberikan dalam menjalankan kegiatan perkuliahan hingga sampai pada tugas akhir. Dan sampailah saya pada penelitian ini yang bertujuan untuk memenuhi syarat kelulusan dalam memperoleh gelar S1 Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atmajaya Yogyakarta. Atas dukungan dari segala pihak, saya dapat menjalankan dan menyelesaikan tugas akhir dengan judul “PENGARUH KUALITAS KONTEN DAN *RELATIONSHIP QUALITY* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN: STUDI PADA FITUR *TIKTOK SHOP*” dengan lancar. Maka dari itu saya ingin mengucapkan terima kasih sebesar- besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa memberikan berkat melimpah selama menjalankan keseluruhan perkuliahan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta sampai pada pengerjaan skripsi ini semua dapat berjalan dengan lancar.
2. Keluarga saya papa Basilius, mama Rita Sulastri, adik-adik Laura Angeline dan Lutgardis Bazielta yang selalu memberikan semangat, kasih sayang, dan doa dalam perjalanan studi saya.
3. Ibu Dr. Dra. J. Ellyawati, MM. selaku pembimbing skripsi yang selalu membimbing dengan kesabaran serta selalu memberikan saran yang membangun.
4. Jajaran dekanat, kepala program studi, seluruh dosen dan staff Universitas Atmajaya Yogyakarta, Fakultas Bisnis dan Ekonomika juga beberapa fakultas lain yang terlibat dalam proses selama kuliah. Memberikan ilmu, mendidik, dan mendukung segala aktivitas, sehingga saya dapat membangun karakter yang membantu dalam proses penyelesaian studi saya.
5. Kepada teman-teman yang selalu menemani dan membantu dengan segala dukungan yang bisa diberikan Ganang, Ria, Cindy, Dela, Richard, Olivia, Valen, Feni, Vivi, Ima, Nova, Vera dan Celus.

6. Teman selama masa perkuliahan Olivia, Valensia dan Elisa.
7. Responden yang bersedia membantu dengan mengisi kuesioner penelitian ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendukung dalam penyelesaian tugas akhir ini dengan lancar.

Saya menyadari segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini jauh dari sempurna. Karena itu, segala kritik dan saran yang bertujuan menyempurnakan penulisan ini, dengan senang hati saya terima untuk hasil terbaik kedepannya. Saya juga berharap, penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat terhadap penelitian selanjutnya, dan semua yang telah membaca skripsi ini. Sekian, sekali lagi saya ucapkan terima kasih.



Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Benedikta Alva Sita". The signature is stylized and cursive.

Benedikta Alva Sita

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 <i>Content Quality</i>	7
2.1.2 <i>Relationship Quality</i>	7
2.1.3 <i>Customer Stickiness</i>	8
2.1.4 <i>Customer Attitudinal Loyalty dan Behavioral Loyalty</i>	9
2.2 Penelitian Terdahulu.....	10
2.3 Pengembangan Hipotesis	14
2.3.1 Pengaruh <i>content quality</i> terhadap <i>relationship quality</i>	14

2.3.2 Pengaruh <i>content quality</i> terhadap <i>stickiness</i> dimediasi oleh <i>relationship quality</i>	15
2.3.3 Pengaruh <i>content quality</i> terhadap <i>stickiness</i>	16
2.3.4 Pengaruh <i>customer stickiness</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	16
2.4 Model Penelitian.....	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1 Teknik Pengumpulan Data	18
3.2 Metode Pengukuran Data	18
3.3 Sampel dan Metode Pengambilan Sampel	18
3.4 Definisi Operasional.....	19
3.5 Analisis Deskriptif.....	21
3.6 Metode Pengujian Instrumen.....	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Pendahuluan	25
4.2 Analisis Profil Responden	25
4.3 Analisis Deskriptif.....	28
4.3.1 Deskripsi jawaban responden pada variabel <i>Content quality</i>	29
4.3.2 Deskripsi jawaban responden pada variabel <i>Relationship quality</i>	30
4.3.3 Deskripsi jawaban responden pada variabel <i>Stickiness</i>	31
4.3.4 Deskripsi jawaban responden pada variabel <i>Attitudinal loyalty</i>	32
4.3.5 Deskripsi jawaban responden pada variabel <i>Behavioral loyalty</i>	33
4.4. Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	33
4.4.1. Analisis model pengukuran (<i>outer model</i>).....	35
4.4.2 Analisis model struktural (<i>inner model</i>)	38
4.4.3 Pengujian Hipotesis	40

4.4.4 Pengujian Mediasi.....	42
4.4.5 Pembahasan Hipotesis	46
BAB V PENUTUP.....	52
5.1 Kesimpulan.....	52
5.1.1. Profil responden.....	52
5.2 Analisis Deskriptif.....	52
5.3 Hasil Pembuktian Hipotesis	52
5.4 Implikasi Manajerial.....	54
5.5 Kelemahan penelitian dan saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	63



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	19
Tabel 3. 2 Kelas interval penlaian variabel	21
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	25
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	26
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	26
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Fitur TikTok Shop	27
Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran bulanan pada fitur TikTok Shop	28
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel <i>Content quality</i>	29
Tabel 4. 7 Deskripsi jawaban responden pada variabel <i>Relationship quality</i>	30
Tabel 4. 8 Deskripsi jawaban responden pada variabel <i>Stickiness</i>	31
Tabel 4. 9 Deskripsi jawaban responden pada variabel <i>Attitudinal loyalty</i>	32
Tabel 4. 10 Deskripsi jawban responden pada variabel <i>Behavioral loyalty</i>	33
Tabel 4. 11 <i>Outer Loading</i>	35
Tabel 4. 12 <i>Cross Loading</i>	36
Tabel 4. 13 <i>Construct Reliability and Validity</i>	37
Tabel 4. 14 Nilai <i>R-square</i> dan <i>Adjusted R-square</i>	38
Tabel 4. 15 Nilai <i>Goodness of Fit (GoF)</i>	39
Tabel 4. 16 Nilai <i>Prediction of Relevance (Q-Square)</i>	40
Tabel 4. 17 <i>Path Coefficient</i>	40
Tabel 4. 18 <i>Specific Indirect Effects</i>	42
Tabel 4. 19 Hubungan Antara Variabel <i>content quality, stickiness dan relationship quality</i>	43
Tabel 4. 20 Hubungan Antara Variabel <i>stickiness, behavioral loyalty dan attitudinal loyalty</i>	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	17
Gambar 4. 1 Model Struktural	34
Gambar 4. 2 Pengaruh <i>content quality</i> Terhadap <i>stickiness</i> dengan <i>relationship quality</i> Sebagai Mediasi	44
Gambar 4. 3 Pengaruh <i>stickiness</i> Terhadap <i>behavioral loyalty</i> Dengan <i>attitudinal loyalty</i> Sebagai Mediasi	45



**PENGARUH KUALITAS KONTEN DAN *RELATIONSHIP QUALITY*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN: STUDI PADA FITUR TIKTOK
*SHOP***

**Disusun Oleh:
Benedikta Alva Sita
NPM: 190324665**

**Dosen Pembimbing:
Dr. J. Ellyawati, MM.**

Abstrak

Banyaknya *e-commerce* di jaman sekarang, membuat pelanggan jadi selalu punya pertimbangan untuk memilih *e-commerce* favorit dinilai dari berbagai aspek. TikTok menjadi salah satu aplikasi yang sedang naik daun saat ini, dan pada April 2021 merilis fitur *TikTok Shop*, sehingga *TikTok Shop* menjadi salah satu pesaing baru di dunia *e-commerce* di Indonesia. Maka dari itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) pengaruh *content quality* terhadap *relationship quality*, 2) pengaruh mediasi *relationship quality* terhadap *content quality* terhadap *stickiness*, 3) pengaruh *content quality* terhadap *stickiness*, 4) Untuk menganalisis pengaruh *stickiness* terhadap *attitudinal loyalty*, 5) pengaruh *stickiness* terhadap *behavioral loyalty*, dan 6) pengaruh mediasi *attitudinal loyalty* terhadap *stickiness* terhadap *behavioral loyalty*. Desain penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Responden yang terkumpul sebanyak 249 responden. Analisis data menggunakan *software* SmartPLS 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *content quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *relationship quality* 2) *relationship quality* memediasi efek tidak langsung terhadap *content quality* terhadap *customer stickiness* 3) *customer stickiness* memiliki pengaruh signifikan terhadap *attitudinal loyalty* 4) *customer stickiness* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral loyalty* 5) *attitudinal loyalty* memediasi efek langsung terhadap *customer stickiness* terhadap *behavioral loyalty*.

Kata Kunci: *Content quality, Relationship quality, Stickiness, Customer loyalty, TikTok Shop.*