

TESIS

**PENGARUH *USER EXPERINCE* DAN *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

Dosen Pembimbing: Dr. Dra. J. Ellyawati, M.M



Disusun Oleh:

Cristovel Lois Lourens Moningka

225027205

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**


2022



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PERSETUJUAN TESIS

Nama : Cristovel Lois Lourens Moningka
Nomor Mahasiswa : 225027205
Konsentrasi : E-Bisnis
Judul tesis : Pengaruh *User Experience* dan *e-Service Quality*
Terhadap Kepuasan Konsumen

Nama Pembimbing	Tanggal	Tanda tangan
Dr. Dra. J. Ellyawati, M.M.2023	5 Desember	



PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama : Cristovel Lois Laourens Moningka
Nomor Mahasiswa : 225027205/PS/MM
Konsentrasi : E-Bisnis
Judul Tesis : Pengaruh *User Experience* dan *e-Service Quality*
Terhadap Kepuasan Konsumen

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
Dr. J. Ellyawati, M.M	14 Desember 2023	
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.	14 Desember 2023	
Paulus Mudjihartono, S.T., M.T., Ph.D.	14 Desember 2023	

Ketua Program Studi
Magister Manajemen

Elisabet Dita Septiari, S.E., M.Sc.

Dekan
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Wenefrida Mahestu Noviantra
Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur, saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, atas berkat dan anugerah-Nya dan kemurahan kasih setia yang besar sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis dengan judul “Pengaruh *User Experience* dan *e-Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen” dengan baik dan lancar.

Tesis ini disusun guna untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Magister Strata Dua (S2) pada Program Studi Magister Manajemen dengan konsentrasi *e-Bussines* Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa tesis ini tentunya tidak dapat selesai dengan tepat waktu tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak. Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan banuak ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang sudah membantu dalam memberikan bimbingan dan dukungannya. Penulis tentunya menyadari bahwa karya tesis ini masih memiliki banyak kekurangan, sehingga dalam hal ini penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang tepat guna membantu melengkapi setiap kekurangan pada tesis ini. Semoga dengan adanya karya tesis ini dapat membantu banyak pihak dala melakukan penelitian selanjutnya maupun sebagai sumber referensi penulisan.

Yogyakarta, 06 Desember 2023

Penulis

Cristovel L L Moningka

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai seluruh aspek kehidupan saya dan keluarga.
2. Bapak Dr. G. Sri Nurhartanto, S.H., selaku Rektor Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Ibu Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjayanti, S.E., M.Sc., Ph.D selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Teknologi Yogyakarta.
4. Ibu Dr. J. Ellyawati, MM., selaku Dosen Pembimbing Tesis.
5. Ibu Elisabeth Dita Septriari, S.E., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
6. Papa dan Mama tercinta yang selalu memberikan dukungan, doa, motivasi, finansial, kasih sayang dan perhatian yang selalu diberikan kepada penulis melebihi orang lain.
7. Kedua adik penulis yang selalu memberi semangat dan dorongan kepada penulis untuk cepat menyelesaikan tesis.
8. Teman-teman MM angkatan 2022 yang berjuang bersama baik dalam kegiatan kampus maupun tugas harian dan kelompok selama perkuliahan.
9. AURUM dan CASA OBAM yang selalu mendukung dan mendoakan dalam penulisan tesis agar selesai tepat waktu.
10. Deanti Wulandari, perempuan yang selalu mendengarkan keluh kesah saya, menemani, memberikan solusi, dan turut serta membantu dalam mengerjakan tesis.

PERNYATAAN

Saya Cristovel Lois Lourens Moningka, yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa tesis dengan judul:

“PENGARUH *USER EXPERIENCE* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN” benar-benar hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipergunakan untuk mendapatkan gelar pada program Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta ataupun program studi lainnya.

Pernyataan, ide, maupun kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain telah dinyatakan secara tertulis dalam bentuk Daftar Pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dalam tesis ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat atas sadar dan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 06 Desember 2023

Yang Menyatakan

Cristovel L L Moningka

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penelitian	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 <i>User Experience</i>	7
2.2 <i>e- Service Quality</i>	8
2.3 Kepuasan Konsumen.....	11
2.4 Penelitian Terdahulu	13
2.5 Pengembangan Hipotesis	19
2.5.1 Pengaruh <i>User Experience</i> Terhadap <i>e-Service Quality</i>	19
2.5.2 Pengaruh <i>e-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	20
2.5.3 Pengaruh <i>User Experience</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	22
2.5.4 <i>e-Service Quality</i> Memediasi Hubungan Antara <i>User Experience</i> dan	23
2.6 Model Penelitian.....	24
BAB III	25
METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Lingkup Penelitian	25
3.2 Objek Penelitian	25
3.3 Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data	26
3.4 Definisi Operasional.....	26
3.4 Pengujian Instrumen Penelitian.....	29

3.4.1 Uji Validitas	29
3.4.2 Uji Reliabilitas	29
3.5 Metode Analisis Data	30
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	30
3.5.2 Model Regresi	30
3.5.3 Model Regresi Mediasi	31
BAB IV	33
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Profil Responden	34
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	34
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	35
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan	36
4.1.6 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Situs Web Kick Avenue dalam satu tahun terakhir	37
4.2 Uji Instrumen Penelitian	37
4.2.1 Validitas	38
4.2.2 Reliabilitas	39
4.2.3 Analisis Deskriptif	40
4.3 Analisis Hasil	41
4.3.1 Koefisien Determinasi	42
4.3.2 Hasil Uji t (Uji Parsial)	42
4.3.3 Hasil Uji Hipotesis (Mediasi)	44
4.4 Pembahasan	45
4.4.1 Pengaruh <i>User Experience</i> Terhadap <i>e-Service Quality</i>	45
4.4.2 Pengaruh <i>e-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	46
4.4.3 Pengaruh <i>User Experience</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	47
4.4.4 <i>e-Service Quality</i> Memediasi Hubungan Antara <i>User Experience</i> terhadap Kepuasan Konsumen	48
BAB V	50
PENUTUP	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Implikasi Manajerial	51
5.4 Keterbatasan dan Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	27
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	35
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
Tabel 4. 5 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	36
Tabel 4. 6 Data Responden Berdasarkan Penggunaan <i>Website</i>	37
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif.....	40
Tabel 4. 10 Tabel Analisis Regresi	41
Tabel 4. 11 R-Square dan R-Square Adjusted (Ux – Esqual)	42
Tabel 4. 12 R-Square dan R-Square Adjusted UX & Esqual - CS.....	42
Tabel 4. 13 Uji t.....	42
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis (Mediasi).....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	24
Gambar 4.1 Diagram Alur Uji Hipotesis	44

ABSTRAK

Tujuan dari penulisan tesis ini adalah untuk menganalisis pengaruh *User Experience* dan *e-Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen. Penelitian ini berfokus pada pengguna *website* Kick Avenue yang telah mengunjungi *website* dan membeli produk maksimal 2 bulan yang lalu. Objek penelitian ini yaitu pengguna *website* Kick Avenue dengan minimal penggunaan 3 kali dalam waktu satu tahun terakhir. Kemudian untuk subjek penelitian ini adalah orang dengan kelahiran 1995-2010 (Generasi Z) yang pernah menggunakan *website* Kick Avenue. Penelitian ini menggunakan *Google Form* untuk menyebarkan kuesioner. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan sampel valid sebanyak 211 responden. Selanjutnya penelitian ini melakukan uji coba instrumen penelitian terlebih dahulu kepada 30 sampel dengan tujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Penelitian ini memvalidasi reliabilitas dalam ranah perdagangan elektronik (*e-Commerce*). Untuk mengevaluasi model konseptual, penulis menggunakan analisis regresi mediasi menggunakan SPSS *PROCESS MACRO* by Hayes. Dari hasil pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini, variabel *User Experience* dinyatakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-Service Quality*. Variabel *e-Service Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Variabel *User Experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kemudian variabel *e-Service Quality* memediasi hubungan antara *User Experience* dan Kepuasan Konsumen. Penelitian ini menemukan adanya mediasi parsial komplementer pada variabel *e-Service Quality*. Penelitian ini meningkatkan teori yang ada dengan memperkenalkan kerangka kerja konseptual multi-dimensi dari penelitian sebelumnya yang menyatakan kepentingan relatif dari dimensi-dimensi skala. Kemudian, penelitian ini menyampaikan dampak *User Experience* dan *e-Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen dengan memberikan saran guna untuk mengevaluasi *e-Service Quality* dari *website* Kick Avenue dan penyesuaian untuk memenuhi kebutuhan konsumen mereka.

Kata Kunci : *User Experience*, *e-Service Quality*, Kepuasan Konsumen, Mediasi Parsial, *website* Kick Avenue.

ABSTRACT

The purpose of writing this thesis is to analyze the effect of User Experience and e-Service Quality on Consumer Satisfaction. This study focused on Kick Avenue website users who had visited the website and purchased the product a maximum of 2 months ago. The object of this study is Kick Avenue website users with a minimum of 3 uses within the last year. Then for the subjects of this study are people born 1995-2010 (Generation Z) who have used the Kick Avenue website. The study used Google Forms to distribute questionnaires. The sampling method uses purposive sampling with a valid sample of 211 respondents. Furthermore, this study conducted research instrument trials first to 30 samples with the aim of testing the validity and reliability of research instruments. This research validates reliability in the realm of electronic commerce (e-Commerce). To evaluate the conceptual model, the authors used mediated regression analysis using SPSS PROCESS MACRO by Hayes. From the results of testing conducted in this study, the User Experience variable is stated to have a positive and significant influence on e-Service Quality. The variable e-Service Quality has a positive and significant influence on Customer Satisfaction. User Experience variables have a positive and significant influence on Consumer Satisfaction. Then the e-Service Quality variable mediates the relationship between User Experience and Customer Satisfaction. This study found complementary partial mediation in the e-Service Quality variable. This study enhances the existing theory by introducing a multi-dimensional conceptual framework from previous research that expresses the relative importance of scale dimensions. Then, this study conveys the impact of User Experience and e-Service Quality on Consumer Satisfaction by providing suggestions to evaluate the e-Service Quality of the Kick Avenue website and adjustments to meet the needs of their consumers.

Keywords: User Experience, e-Service Quality, Customer Satisfaction, Partial Mediation, Kick Avenue website.