

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *COMPLAINT BEHAVIOR* TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA APLIKASI *E-COMMERCE*

TESIS

**Dosen Pembimbing:
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**



Disusun Oleh:

**CRISTOPORUS ESANDRA MURTA K
225027207**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2023



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

PERSETUJUAN TESIS

Nama : Cristoporus Esandra Murta Kurniawan

Nomor Mahasiswa : 225027207 Konsentrasi

: E-Business

Judul tesis : PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, COMPLAINT BEHAVIOR
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA APLIKASI *E-COMMERCE*

Nama Pembimbing	Tanggal	Tanda tangan
Budi Suprpto Drs. MBA. Ph.D.	05/14/2023	



LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama : Cristoporus Esandra Murta Kurniawan

Nomor Mahasiswa : 225027207

Konsentrasi : E-Business

Judul tesis : Pengaruh *E-Service quality* dan *Complain Behavior* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi E-commerce

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
Drs. Budi Suprpto. M.BA., Ph.D.	20/12/2023	
Dr. Dra. J. Ellyawati, M.M.	20 Des 2023	
Paulus Mudjihartono, ST., MT., Ph.D.	22-Des-2023	

Ketua Program Studi
Magister Manajemen

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

Dekan

Fakultas Bisnis dan Ekonomi

W. Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D.

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang berjudul:

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN COMPLAINT BEHAVIOR
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
*APLIKASI E-COMMERCE***

Benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain. Pernyataan, ide, maupun data hasil penelitian yang bersumber dari tulisan atau karya orang lain telah disebutkan dalam kutipan dan daftar Pustaka, sebagaimana layaknya penulisan karya ilmiah.

Yogyakarta, 10 Desember 2023

Cristoporus Esandra Murta K

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul “Pengaruh E-Service Quality dan Complain Behavior terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Aplikasi E-commerce” dengan baik dan lancar. Tesis ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan pencapaian derajat Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan selama proses pengerjaan tesis ini sehingga dapat tersusun dengan baik dan selesai tepat waktu. Penulis mengucapkan Terima kasih kepada :

- a. Ibu Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjanti, S.E., M.Sc.IB. Ph.D., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- b. Ibu Elisabet Dita Septiari, S.E., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- c. Bapak Drs. Budi Suprpto, M.BA., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang selama ini telah banyak membantu dan membimbing penulis dalam proses pengerjaan tesis ini.
- d. Orang tua penulis, yang selama ini selalu mensupport, mendoakan, dan menemani penulis ketika mengerjakan tesis ini.
- e. Teman-teman seangkatan penulis yang telah bekerja sama dan membuat hari-hari penulis bahagia serta penuh tertawa setiap harinya.

Abstrak

Di era teknologi dan industri yang sangat maju saat ini. Penggunaan internet di Indonesia terbilang sangat pesat, hal ini dikarenakan penggunaan internet yang praktis dalam memudahkan masyarakat dalam melakukan berbagai jenis aktivitas, seperti mempermudah dalam mencari informasi dari seluruh dunia, digunakan untuk berkomunikasi, sebagai sarana hiburan, dan sebagai transaksi jual beli. *E-commerce*, merupakan penggunaan jaringan komunikasi dan komputer dalam sebuah aplikasi atau website di dalam menjalankan proses bisnis. Ada berbagai macam marketplace *E-commerce* di Indonesia yaitu : Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Orami dan Blibli. *E-service quality dan complain behavior* berperan penting dalam suksesnya suatu *e-commerce* menciptakan suatu rasa kepuasan sehingga menciptakan loyalitas terhadap aplikasi *e-commerce*. maka dari itu penelitian ini dilakukan dengan tujuan apakah *e-service quality* dan *complain behavior* yang di berikan dan dilakukan oleh kepuasan pelanggan kepada konsumen dan apakah setelah menggunakan aplikasi *e-commerce* konsumen akan loyal untuk terus menggunakan aplikasi *e-commerce*. Metode penelitian yang digunakan adalah SEM-PLS (Structural Equation Model-Partial Least Square). Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner secara online dengan menggunakan google form. Metode sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Kriteria responden yang dituju adalah generasi X, Y, dan Z. Populasi dalam penelitian ini adalah responden laki-laki dan perempuan yang sering belanja pada E-Commerce minimal 2 kali dalam seminggu, Responden atau masyarakat yang memiliki aplikasi E-Commerce dan menggunakan aplikasi *e-commerce* dalam smartphonenya, dan Responden atau masyarakat yang sering berbelanja menggunakan aplikasi *e-commerce* minimal 2 kali dalam seminggu. Dari 250 sampel yang diperoleh, jumlah sampel yang sesuai dengan kriteria adalah sebanyak 240 responden. Hasil Penelitian Ini menunjukkan bahwa *E-service quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, *e-service quality* berpengaruh kepada loyalitas pelanggan, *Complain behavior* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, *Complain behavior* berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan, Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan dan Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh *e-service quality* terhadap loyalitas pelanggan. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen tidak akan terjadi apabila kepuasan konsumen tidak tercapai terhadap *e-service quality* yang diberikan oleh aplikasi *e-commerce*, tetapi kepuasan dan loyalitas konsumen dapat tercapai terhadap *complain behavior* dari *e-commerce*

Kata kunci : Kualitas layanan elektronik, perilaku komplain, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

Abstract

In the era of technology and industry that is very advanced today. The use of the internet in Indonesia is very rapid, this is because the use of the internet is practical in facilitating the community in carrying out various types of activities, such as making it easier to find information from all over the world, used to communicate, as a means of entertainment, and as buying and selling transactions. E-commerce, is the use of communication networks and computers in an application or website in carrying out business processes. There are various kinds of E-commerce marketplaces in Indonesia, namely: Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Orami and Blibli. E-service quality and complaint behavior play an important role in the success of an e-commerce creating a sense of satisfaction so as to create loyalty to e-commerce applications. Therefore, this research was conducted with the aim of whether e-service quality and complaint behavior provided and carried out by customer satisfaction to consumers and whether after using the e-commerce application consumers will be loyal to continue using the e-commerce application. The research method used is SEM-PLS (Structural Equation Model-Partial Least Square). Data collection is done by distributing questionnaires online using google form. The sampling method used is purposive sampling. The intended respondent criteria are generations X, Y, and Z. The population in this study are male and female respondents who often shop at E-Commerce at least 2 times a week, Respondents or people who have E-Commerce applications and use e-commerce applications on their smartphones, and Respondents or people who often shop using e-commerce applications at least 2 times a week. Of the 250 samples obtained, the number of samples that fit the criteria was 240 respondents. The results of this study indicate that e-service quality affects customer satisfaction, e-service quality affects customer loyalty, Complain behavior affects customer satisfaction, Complain behavior affects customer loyalty, customer satisfaction affects customer loyalty and customer satisfaction mediates the effect of e-service quality on customer loyalty. From the research results, it can be concluded that consumer loyalty will not occur if consumer satisfaction is not achieved on the e-service quality provided by the e-commerce application, but consumer satisfaction and loyalty can be achieved on the complaint behavior of e-commerce.

Keywords: E-service quality, complaint behavior, customer satisfaction, customer loyalty

DAFTAR ISI

Lembar Judul	i
Abstrak	
Daftar Isi	
Daftar Gambar	

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat penelitian	7
E. Sistematika Penelitian	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori	9
B. Penelitian Terdahulu	14
C. Pengembangan Hipotesis	26
D. Kerangka Riset	30
E. Hipotesis	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	31
B. Definisi Konsep	31
C. Metode Sampling	34
D. Sumber Data penelitian	35
E. Teknik Pengumpulan Data	36
F. Metode Teknik Analisis Data	37

BAB IV Hasil Dan Pembahasan

A. Analisis Statistik karakteristik responden.....	45
B. Teknis Analisis SEM	48
C. Pembahasan Hasil Penelitian	58

BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan.....	64
B. Implikasi Manajerial	65
C. Saran Dan Keterbatasan	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Aplikasi <i>E-commerce</i>	2
Tabel 1.2 Data Rating Aplikasi E-commerce	3
Tabel 1.3 Daftar Ulasan Pada Aplikasi E-Commerce	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	31
Tabel 3.2 Indikator Skala Likert.....	37
Tabel 3.2 Rule of thumb	4
Tabel 4.2 Uji Validitas Konvergen	49
Tabel 4.3 Nilai <i>Cross Loading</i>	50
Tabel 4.4 Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	51
Tabel 4.5 Nilai HTMT.....	51
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.7 Hasil Pengujian <i>R Square</i>	53
Tabel 4.8 <i>Predictive Relevance</i>	54
Tabel 4.9 Analisis Pengaruh Langsung	56
Tabel 4.10 Analisis tidak langsung	57
Tabel 4.10 Rangkuman Hasil Penelitian	58

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet Di Indonesia.....	1
Gambar 4.1 Karakteristik responden Berdasarkan jenis Kelamin	46
Gambar 4.2 Karakteristik responden Berdasarkan jenis Usia.....	46
Gambar 4.3 Karakteristik responden Berdasarkan jenis pekerjaan	47
Gambar 4.4 Karakteristik responden Berdasarkan jenis penghasilan.....	48
Gambar 4.5 model struktural.....	53
Gambar 4.6 model struktural uji t	55