

**Pengaruh Kualitas Layanan dan *E-WOM* Terhadap Kepuasan Pelanggan  
Zalora serta Dampaknya Terhadap *WOM***

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Diajukan oleh :

**Betha Octavia Putri**

**NPM : 190325179**

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

**2023**

**Pengaruh Kualitas Layanan dan *E-WOM* Terhadap Kepuasan Pelanggan  
Zalora serta Dampaknya Terhadap *WOM***

Yang diajukan oleh

**Betha Octavia Putri**

**NPM: 190325179**

Telah dibaca dan disetujui oleh:

**Pembimbing,**



**Theresia Agung Maryudi Harsiwi, SE., M.Si.**

**24 November 2023**

**Skripsi**  
**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN E-WOM TERHADAP**  
**KEPUASAN PELANGGAN ZALORA SERTA DAMPAKNYA TERHADAP**  
**WOM**

Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

**Betha Octavia Putri**

**NPM: 19 03 25179**

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji  
pada tanggal 3 November 2023  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima  
sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)  
Program Studi Manajemen

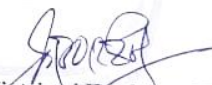
**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**



**Theresia Agung Maryudi Harsiwi, SE., M.Si.**

**Anggota Panitia Penguji**



**Debora Wintriarsi Handoko., SE.,MM.,M.Sc**



**Nadia Nila Sari, SE.,MBA**

Yogyakarta, November 2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



  
**Wenefrida Mahestu Novianandra Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.**

FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## **PERNYATAAN**

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

**Pengaruh Kualitas Layanan dan *E-WOM* Terhadap Kepuasan Pelanggan  
Zalora serta Dampaknya Terhadap *WOM***

Merupakan hasil karya saya sendiri. Baik pernyataan, kutipan maupun ide secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain, telah saya nyatakan secara tertulis di skripsi ini dalam daftar Pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi baik Sebagian maupun seluruh dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada kepala Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 27 November 2023

Yang menyatakan



Betha Octavia Putri

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan *E-WOM* Terhadap Kepuasan Pelanggan Zalora serta Dampaknya Terhadap *WOM*”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Skripsi ini diselesaikan dengan baik karena adanya partisipasi dari berbagai pihak. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. ALLAH S.W.T yang selalu memberikan rahmat dan karunianya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Ibu W. Mahestu Noviandra Krisjanti, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Ibu Th. Agung M. Harsiwi, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang selalu memberikan arahan, saran dan solusi terbaik kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
4. Bapak, Ibu dan Adik yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada penulis selama proses perkuliahan dan pengerjaan skripsi.
5. Teman terdekat dan segenap responden penelitian ini yang telah bersedia mengisi kuesioner dan menyebarkan penelitian peneliti.

Peneliti meminta maaf jika terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis, dengan demikian peneliti mengharapkan masukan dan saran yang membangun dari berbagai pihak sebagai bahan evaluasi dan pembelajaran dalam studi selanjutnya.

Yogyakarta, 27 November 2023

Yang Menyatakan



Betha Octavia Putri

## DAFTAR ISI

<i>HALAMAN JUDUL</i> .....	<i>i</i>
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
<i>HALAMAN PERNYATAAN</i> .....	<i>iv</i>
<i>KATA PENGANTAR</i> .....	<i>v</i>
<i>DAFTAR ISI</i> .....	<i>vi</i>
<i>DAFTAR TABEL</i> .....	<i>x</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i> .....	<i>xi</i>
<i>DAFTAR LAMPIRAN</i> .....	<i>xii</i>
<i>ABSTRAK</i> .....	<i>xiii</i>
<i>BAB I PENDAHULUAN</i> .....	<i>1</i>
1.1.Latar Belakang .....	1
1.2.Rumusan Masalah .....	3
1.3.Batasan Masalah .....	4
1.4.Tujuan Penelitian .....	6
1.5.Manfaat Penelitian .....	6
1.6.Sistematika Laporan .....	7
<i>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</i> .....	<i>9</i>

2.1. KUALITAS LAYANAN .....	10
2.2. E- WOM .....	10
2.3. Kepuasan Konsumen .....	11
2.4. WOM .....	112
2.5. Penelitian Terdahulu .....	13
2.7. Hipotesis Penelitian .....	19
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>223</b>
3.1. Lokasi Penelitian .....	223
3.2. Populasi dan Sampel .....	223
3.3. Metode Pengambilan Sampel .....	24
3.4. Data Penelitian .....	24
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	25
3.6. Instrumen Penelitian .....	25
3.7. Metode Pengujian Instrumen .....	26
3.8. Metode Analisis Data .....	27
<b>BAB IV HASIL &amp; PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
4.1. Profil Responden .....	31
4.2. Analisis Deskriptif .....	32
4.3. Analisis SEM-PLS .....	35

4.3.1. Analisis Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	36
4.3.2. Validitas Konvergen .....	37
4.3.3. Validitas Deskriminan .....	39
4.3.4. <i>Composite Reliability</i> .....	43
4.3.5. Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	44
4.4. Pengujian Hipotesis .....	46
4.5. Pembahasan .....	50
4.5.1. Pengaruh <i>Tangibility</i> terhadap Kepuasan Pelanggan .....	50
4.5.2. Pengaruh <i>Realibility</i> terhadap Kepuasan Pelanggan .....	50
4.5.3. Pengaruh <i>Assurance</i> terhadap Kepuasan Pelanggan .....	51
4.5.4. Pengaruh <i>Emphaty</i> terhadap Kepuasan Pelanggan .....	51
4.5.5. Pengaruh <i>Responsiviness</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	52
4.5.6. Pengaruh <i>E-WOM</i> terhadap Kepuasan Pelanggan .....	52
4.5.7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap WOM .....	53
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>55</b>
5.1. Kesimpulan .....	55
5.2. Implikasi Manajerial.....	56
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	557
5.4. Saran Penelitian.....	58
<i>Daftar Pustaka</i> .....	<b><i>Error! Bookmark not defined.</i></b>
<i>Lampiran 1 Kuesioner</i> .....	62



*Lampiran 2 Kuesioner Daring* ..... 66

*Lampiran 3 Data Responden dan Jawaban Kuesioner* ..... 74

*Lampiran 4 Hasil Olah Data SmartPLS*..... 80



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu .....	15
Tabel 3.1 Skala Likert .....	26
Tabel 4.1 Profil Responden .....	32
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif.....	32
Tabel 4.3 Outer Loadings 1 .....	37
Tabel 4.4 Outer Loadings 2.....	38
Tabel 4.5 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	39
Tabel 4.6 Cross Loadings.....	39
Tabel 4.7 Fornell-Larcer Criterion.....	42
Tabel 4.8 Composite Reliability .....	43
Tabel 4.9 <i>R-square</i> .....	44
Tabel 4.10 <i>F-square</i> .....	45
Tabel 4.11 Path Coefficient.....	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	17
Gambar 2 Model Struktural.....	35
Gambar 4.2 Model Struktural PLS Algorithm.....	36
Gambar 4.3 Model Struktural Bootstrapping.....	46



## DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1 Kuesioner</i> .....	62
<i>Lampiran 2 Kuesioner Daring</i> .....	66
<i>Lampiran 3 Data Responden dan Jawaban Kuesioner</i> .....	74
<i>Lampiran 4 Hasil Olah Data SmartPLS</i> .....	80
Outer Loadings 1 .....	86
Outer Loadings 2 .....	86
<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	87
Cross Loadings .....	87
Composite Reliability .....	88
<i>R-square</i> .....	89
<i>F-square</i> .....	889
Path Coefficient .....	890

**Pengaruh Kualitas Layanan dan *E-WOM* Terhadap Kepuasan Pelanggan  
Zalora serta Dampaknya Terhadap *WOM***

Betha Octavia Putri

Th. Agung M. Harsiwi, SE., M.Si.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Barbarsari 43-44, Yogyakarta

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan *E-WOM* terhadap kepuasan pelanggan Zalora serta dampaknya terhadap *WOM*. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah *e-commerce* Zalora. Jumlah responden yang terkumpul adalah sebanyak 86 responden, namun hanya terdapat 80 responden yang memenuhi kriteria penelitian dan dapat dijadikan sebagai sumber data penelitian. Pengambilan sampel penelitian dilakukan menggunakan metode *purpose sampling* dan menggunakan *likert scale* 5 poin yang didistribusikan dalam bentuk *Google Forms* melalui berbagai media sosial. Metode analisis data yang digunakan penelitian adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan basis varian *Partial Least Square* (PLS) dan menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan, *assurance* mempengaruhi kepuasan pelanggan, namun *tangibility*, *reliability*, *emphaty* dan *responsiviness* tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan. *E-WOM* mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan mempengaruhi *WOM*.

Kata kunci: Zalora, Kualitas Layanan, *Tangibility*, *Reliability*, *Assurance*, *Emphaty*, *Responsiviness*, *E-WOM*, *WOM*, Kepuasan Pelanggan.