

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Pada bagian ini, peneliti menarik beberapa kesimpulan yang dibuat berdasarkan hasil analisi data dan pembahasan yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya. Peneliti menyimpulkan bahwa:

1. *Tangibility* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan kemampuan perusahaan Zalora dalam memberikan pelayanan terbaik tidak dapat dilihat dan dirasakan pelanggan secara langsung.
2. *Reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan perusahaan Zalora dalam memberikan layanan bagi pelanggan tidak dirasakan oleh pelanggan.
3. *Assurance* mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan perusahaan Zalora selalu memantau dan memastikan jaminan yang dirasakan oleh pelanggan saat berbelanja.
4. *Emphaty* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan kepuasan pelanggan yang diberikan oleh perusahaan Zalora belum dirasakan oleh pelanggan.
5. *Responsiviness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan kemampuan perusahaan Zalora dalam membantu

pelanggan, menyampaikan informasi, dan memberikan pelayanan yang tepat tidak dirasakan oleh pelanggan.

6. E-WOM mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan ulasan positif di media sosial dapat melihat kepuasan pelanggan dan dapat membuat pelanggan lainnya untuk berbelanja di perusahaan Zalora.
7. Kepuasan pelanggan mempengaruhi WOM. Hal ini menunjukkan pelanggan yang puas terhadap perusahaan Zalora akan menyebarkan komentar yang positif dari mulut ke mulut sehingga akan menarik pelanggan lainnya untuk berbelanja.

5.2. Implikasi Manajerial

Kemajuan media sosial menghadirkan pengalaman berbelanja di berbagai *platform online* yang dapat dipilih oleh konsumen. Penjualan produk secara online dapat membuat konsumen mendapatkan barang yang diinginkan dengan cepat tanpa harus untuk berbelanja secara langsung. Zalora merupakan salah satu *platform online* untuk berbelanja berbagai kebutuhan *fashion* yang populer saat ini. Penjualan di Zalora langsung dikendalikan oleh pusat sehingga barang yang diterima lebih terpercaya dan konsumen dapat terhindar dari modus penipuan barang.

Dari hasil penelitian ini, terdapat beberapa informasi mengenai pengaruh kualitas layanan dan *E-WOM* terhadap kepuasan pelanggan Zalora serta dampaknya terhadap WOM. Yang pertama, perusahaan dapat memanfaatkan

kelimpahan informasi dari media sosial untuk menyesuaikan strategi agar mendapatkan keunggulan kompetitif. Jadi, perusahaan harus selalu memantau ulasan *online* dari konsumen dan apabila ada ulasan yang negative perusahaan berusaha memperbaiki agar konsumen tidak akan kecewa kembali sehingga konsumen akan merasa puas saat berbelanja.

Yang kedua, perusahaan harus selalu memberikan kepuasan kepada pelanggan, sehingga pelanggan akan merasa senang dan akan membeli produk di perusahaan lagi. Kepuasan pelanggan yang ditingkatkan merupakan faktor penting bagi perusahaan untuk bertahan di pasar persaingan yang ketat dan memungkinkan mereka untuk berkembang di ruang media sosial. Pelanggan yang puas akan memberikan ulasan yang positif sehingga menarik pelanggan lainnya untuk berbelanja di perusahaan. Pelanggan yang puas juga akan membicarakan dari mulut ke mulut yang positif sehingga akan menarik pelanggan baru untuk membeli di perusahaan.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, berikut beberapa keterbatasan yang terdapat dalam penelitian, yaitu:

1. Responden dapat mengalami kesulitan dalam memahami pertanyaan penelitian yang merupakan terjemahan kuesioner asli yang dilakukan peneliti.
2. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* melalui *Google Form* tanpa mewajibkan responden menuliskan atau memberikan *email*, sehingga

peneliti tidak dapat melakukan pengawasan apabila ada data responden yang sama.

5.4. Saran Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memberikan pertanyaan kuesioner sejas mungkin, agar responden tidak mengalami kebingungan dalam mengisi kuesioner dan dapat mengisi tanpa pendampingan dari peneliti.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan email pada responden, agar dapat mengurangi risiko apabila ada responden yang mengisi lebih dari 1 kali.

DAFTAR PUSTAKA

- Anuraga, G., Sulistiyawan, E. & Munadhiroh, S., 2017. Structural Equation Modeling – Partial Least Square Untuk Pemodelan Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat (IPKM) Di Jawa Timur. *Seminar Nasional matematika dan Aplikasi*, pp. 257-263.
- Fitria, N. A. & Yulianti, E., 2020. Analysis Of The Effect Of Employee Service On Customer Satisfaction And Wom Intention At Casual Dinning Restaurants In Jakarta. *The Journal of Tecnology and Sciance*, pp. 91-100.
- Fornell C, Larcker DF (1981). "Mengevaluasi model persamaan struktural dengan variabel yang tidak dapat diamati dan kesalahan pengukuran." *Jurnal Riset Pemasaran* , XVIII , 39–50.
- Ghozali, Imam (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 23. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, Imam (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ginting, Y. M., Chandrar, T., Mirana, I. & Yusriadi, Y., 2023. Repurchase intention of e-commerce customers in Indonesia: An overview of the effect of e-service quality, e-word of mouth, customer trust, and customer satisfaction mediation. *International Journal of Data and Network Science*, pp. 329-340.

- Hosain, M. A. & Kim, M., 2018. Does Multidimensional Service Quality Generate Sustainable Use Intention for Facebook?. *Journal Sustainability*, pp. 1-15.
- Kemp, S., 2023. DIGITAL 2023 : INDONESIA. *DATAREPORTAL*, 9 Februari.
- Kotler, P. & Keller, K. L., 2016. *Marketing Management, Global Edition*. England: PEARSON.
- Mukhtar, D. H., Saeed, D. A. & Mr. Ghalib Ata, L., 2013. Measuring service quality in Public Sector using SERVQUAL: A case of Punjab Dental Hospital, Lahore. *Research on Humanities and Social Sciences*, 3(22), pp. 65-70.
- Porto, R. B., Watanabe, E. A. d. M., Barrozo, M. M. A. & Júnior, E. X. d. S., 2021. Electronics Word-Of-Mouth Advertising Versus Brand Strenght: Effects On Consumers' Purchasing Decision. *International Journal Of Professional Business Review*, pp. 1-28.
- RahmanI, M. K. et al., 2023. Do Customer' Perceptions of Islamic Banking Services Predict Satisfaction and Word of Mouth? Evidence From Islamic Banks in Bangladesh. *Journal Pone*, pp. 1-18.
- Sallam, M. A., 2016. An Investigation of Corporate Image Effect on WOM: The Role of Customer Satisfaction and Trust. *International Journal of Business Administration*, Volume 7, pp. 27-35.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : *Alphabet*.
- Syahsudarmi, S., 2022. The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction: A Case Study. *International Journal of Indonesian Business Review*, pp. 29-37.

- Torabi, M. & Belanger, C. H., 2021. Influence of Online Reviews on Student Satisfaction Seen through a Service Quality Model. *Journal Of Theoretical and Applied Electronic Commerce Researach*, pp. 3065 -3077.
- Yin, S.-Y.et al., 2015. Telehealth services evaluation: a combination of SERVQUAL model and importance-performance analysis. *Springer*, pp. 751-766.
- Yuliantoro, N. et al., 2019. Repurchase intention and word of mouth factors in the millennial generation against various brands of Boba drinks during the Covid 19 pandemic. *African Journal Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(2), pp. 1-11.
- Zygiaris, S., Hameed, Z., Alsubaie, M. A. & Rehman, S. U., 2022. Service Quality and Customer Satisfaction in the Post Pandemic World: A Study of Saudi Auto Care Industry. *Frontiers in Psychology*, Volume 13.

Lampiran 1 Kuesioner

Perkenalkan nama saya Betha Octavia Putri. Saya adalah mahasiswi dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian untuk keperluan penyusunan skripsi dengan judul “ Pengaruh Kualitas Layanan dan *E-WOM* Terhadap Kepuasan Pelanggan Zalora serta Dampaknya Terhadap *WOM* (Studi Pada Pelanggan Zalora)”. Sehubungan dengan hal tersebut saya memohon kepada Bapak/Ibu/Saudara untuk berkenan mengisi kuesioner ini. Saya berharap Bapak/Ibu/Saudara mengisi kuesioner dengan sebaik-baiknya dan sejujur-jujurnya. Setiap Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan, akan saya jamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara menjadi partisipan dalam penelitian ini, saya ucapkan terimakasih.

Pertanyaan Filter

Apakah anda mengetahui *e-commerce* Zalora ?

- Ya
- Tidak

Apakah anda pernah berbelanja di Zalora ?

- Ya
- Tidak

Identitas Responden

Jenis Kelamin

- Laki-Laki
- Perempuan

Intensitas berbelanja di Zalora per bulan

- 1-2 kali
- 2-3 kali
- 3-4 kali
- Lebih dari 4 kali

Pertanyaan Penelitian

Responden dimohon menjawab pertanyaan yang diajukan dibawah ini dengan melingkari salah satu jawaban yang relevan sesuai dengan opini responden. Jawaban dari responden diklasifikasi menjadi pilihan jawaban yaitu : Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), atau Sangat Setuju (SS)

Bagian I: Kualitas Layanan

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
	<i>Tangibility</i>					
1	Zalora memiliki aplikasi yang mudah dioperasikan.	STS	TS	N	S	SS
2	Zalora memberikan pengajaran pengoprasian aplikasi.	STS	TS	N	S	SS
3	Aplikasi Zalora berfungsi dengan lancar.	STS	TS	N	S	SS
	<i>Reliability</i>					
1	Zalora menyelesaikan pengiriman pesan tepat waktu.	STS	TS	N	S	SS
2	Zalora memperhatikan dan menyelesaikan masalah saya.	STS	TS	N	S	SS
3	Layanan peralatan yang disediakan di aplikasi Zalora dapat dipercaya dan diandalkan.	STS	TS	N	S	SS
4	Zalora dapat menjawab kebutuhan dan rekomendasi saya tepat waktu.	STS	TS	N	S	SS
5	Zalora dapat menyimpan data pengukuran saya setiap saat dan memberikan histori pembelian saya.	STS	TS	N	S	SS
	<i>Responsiveness</i>					
1	Zalora menghubungi saya untuk mengatur pesanan bila pesanan belum dibayar.	STS	TS	N	S	SS
2	Keluhan saya ditanggapi dengan cepat.	STS	TS	N	S	SS

3	Zalora bersedia membantu dan menyelesaikan masalah saya.	STS	TS	N	S	SS
4	Zalora menyediakan layanan tepat waktu untuk saya.	STS	TS	N	S	SS
<i>Assurance</i>						
1	Saya merasa nyaman dengan pelayanan Zalora.	STS	TS	N	S	SS
2	Saya merasa nyaman dan percaya selama menggunakan aplikasi Zalora.	STS	TS	N	S	SS
3	Zalora memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan.	STS	TS	N	S	SS
4	Pelayanan Zalora lengkap sesuai dengan kebutuhan saya.	STS	TS	N	S	SS
<i>Emphaty</i>						
1	Zalora menyediakan kebutuhan yang disesuaikan untuk individu.	STS	TS	N	S	SS
2	Zalora memiliki pengetahuan dan teknologi yang memadai.	STS	TS	N	S	SS
3	Zalora menghargai pendapat dan memperhatikan kebutuhan Individu.	STS	TS	N	S	SS
4	Zalora mengutamakan kepentingan saya.	STS	TS	N	S	SS
5	Oprasional Zalora sesuai kebutuhan saya.	STS	TS	N	S	SS

Bagian II: *E-WOM*

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
1	Membaca ulasan konsumen membantu saya membuat keputusan terkait produk/layanan Zalora.	STS	TS	N	S	SS
2	Membaca ulasan konsumen berguna untuk membuat keputusan pembelian di Zalora.	STS	TS	N	S	SS

3	Bahasa yang digunakan dalam ulasan online mudah dimengerti.	STS	TS	N	S	SS
4	Ulasan online memberikan informasi yang relevan terkait dengan produk Zalora.	STS	TS	N	S	SS
5	Membaca ulasan konsumen meningkatkan kepuasan saya.	STS	TS	N	S	SS
6	Saya kebanyakan membaca ulasan <i>online</i> untuk memilih produk yang saya inginkan.	STS	TS	N	S	SS

Bagian III: WOM

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
1	Saya mengatakan sesuatu yang positif tentang aplikasi Zalora pada orang lain.	STS	TS	N	S	SS
2	Saya merekomendasikan Zalora kepada orang lain.	STS	TS	N	S	SS
3	Saya akan mengatakan kepada teman dan kerabat untuk membeli produk di aplikasi Zalora.	STS	TS	N	S	SS

Bagian IV: Kepuasan Pelanggan

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
1	Saya puas dengan aplikasi Zalora.	STS	TS	N	S	SS
2	Aplikasi Zalora memenuhi harapan saya.	STS	TS	N	S	SS
3	Saya puas ketika membeli produk di aplikasi Zalora.	STS	TS	N	S	SS

Lampiran 2 Kuesioner Daring

ZALORA

ASIA'S LEADING ONLINE FASHION DESTINATION

Bagian 1 dari 11

Pengaruh Kualitas Layanan dan *E-WOM* Terhadap Kepuasan Pelanggan Zalora serta Dampaknya Terhadap *WOM* (Studi Pada Pelanggan Zalora)

Perkenalkan nama saya Betha Octavia Putri. Saya adalah mahasiswi dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian untuk keperluan penyusunan skripsi dengan judul " **Pengaruh Kualitas Layanan dan *E-WOM* Terhadap Kepuasan Pelanggan Zalora serta Dampaknya Terhadap *WOM* (Studi Pada Pelanggan Zalora)**". Sehubungan dengan hal tersebut saya memohon kepada Bapak/Ibu/Saudara untuk berkenan mngisi kuesioner ini. Saya berharap Bapak/Ibu/Saudara mengisi kuesioner dengan sebaik-baiknya dan sejujur-jujurnya. Setiap Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan, akan saya jamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara menjadi partisipan dalam penelitian ini, saya ucapkan terimakasih.

Apakah anda mengetahui *e-commerce* Zalora?

Ya

Tidak

Apakah anda pernah berbelanja di Zalora?

Ya

Tidak

Jenis Kelamin *

- Laki-laki
- Perempuan

Intensitas berbelanja di Zalora Per bulan *

- 1-2 kali
- 2-3 kali
- 3-4 kali
- Lebih dari 4 kali

Tangibility

Deskripsi (opsional)

Zalora memiliki aplikasi yang mudah dioperasikan. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Zalora memberikan pengajaran pengoperasian aplikasi. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Aplikasi Zalora berfungsi dengan lancar. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Zalora menyelesaikan pengiriman pesanan tepat waktu. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

⋮

Zalora memperhatikan dan menyelesaikan masalah saya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Layanan peralatan yang disediakan di aplikasi Zalora dapat dipercaya dan diandalkan. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Zalora dapat menjawab kebutuhan dan rekomendasi saya tepat waktu. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Zalora dapat menyimpan data pengukuran saya setiap saat dan memberikan histori pembelian saya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Zalora menghubungi saya untuk mengatur pesanan bila pesanan belum dibayar. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

⋮

Keluhan saya ditanggapi dengan cepat. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Zalora bersedia membantu dan menyelesaikan masalah saya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Zalora menyediakan layanan tepat waktu untuk saya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya merasa nyaman dengan pelayanan Zalora. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

⋮

Saya merasa nyaman dan percaya selama menggunakan aplikasi Zalora. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Zalora memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Pelayanan Zalora lengkap sesuai dengan kebutuhan saya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Zalora menyediakan kebutuhan yang disesuaikan untuk individu. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

...

Zalora memiliki pengetahuan dan teknologi yang memadai. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Zalora menghargai pendapat dan memperhatikan kebutuhan Individu. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Zalora mengutamakan kepentingan saya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

...

Oprasional Zalora sesuai kebutuhan saya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Membaca ulasan konsumen membantu saya membuat keputusan terkait produk/layanan Zalora. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Membaca ulasan konsumen berguna untuk membuat keputusan pembelian di Zalora. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Bahasa yang digunakan dalam ulasan online mudah dimengerti. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Ulasan online memberikan informasi yang relevan terkait dengan produk Zalora. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Membaca ulasan konsumen meningkatkan kepuasan saya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya kebanyakan membaca ulasan *online* untuk memilih produk yang saya inginkan. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya mengatakan sesuatu yang positif tentang aplikasi Zalora pada orang lain. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya merekomendasikan Zalora kepada orang lain. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya akan mengatakan kepada teman dan kerabat untuk membeli produk di aplikasi Zalora. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya puas dengan aplikasi Zalora. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Aplikasi Zalora memenuhi harapan saya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya puas ketika membeli produk di aplikasi Zalora. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Lampiran 3 Data Responden dan Jawaban Kuesioner

Apakah anda mengetahui <i>e-commerce</i> Zalora?	Apakah anda pernah berbelanja di Zalora?	Jenis Kelamin	Intensitas berbelanja di Zalora Per bulan
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Tidak		
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Laki-laki	1-2 kali
Ya	Tidak		
Ya	Tidak		
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Tidak			
Ya	Ya	Laki-laki	3-4 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Tidak		
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Laki-laki	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	2-3 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Laki-laki	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Laki-laki	1-2 kali
Ya	Tidak		
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali

Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Laki-laki	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	2-3 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	2-3 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	3-4 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Laki-laki	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	2-3 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	3-4 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali

Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	2-3 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Laki-laki	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali
Ya	Ya	Perempuan	1-2 kali

<i>Tangibilit y (T)</i>			<i>Reliability (RB)</i>					<i>Responsiviness (RP)</i>				<i>Assurance (A)</i>			
T 1	T 2	T 3	RB 1	RB 2	RB 3	RB 4	RB 5	RP 1	RP 2	RP 3	RP 4	A 1	A 2	A 3	A 4
5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
3	2	3	1	2	3	4	3	1	2	2	3	1	3	4	3
3	4	2	4	3	4	4	4	2	1	4	4	5	5	4	4
5	4	5	4	2	5	4	4	4	4	4	4	2	5	3	5
4	1	3	5	4	4	5	4	2	4	5	5	2	2	4	5
4	3	5	3	4	5	4	5	3	5	4	3	5	4	3	4
3	2	2	4	3	4	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4
3	4	5	4	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4
2	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4

4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	3	4	3	4
5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5
4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4
4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5
4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
5	3	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	2	4	5	5
4	4	3	5	4	4	5	5	4	5	2	4	4	5	5	3
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
4	3	2	3	4	3	5	4	4	4	3	4	4	3	4	5
3	4	5	4	5	4	3	5	4	5	5	3	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
1	1	4	3	2	4	2	5	1	2	4	4	3	4	2	4
4	2	4	5	3	3	4	4	1	1	2	3	2	3	4	2
1	2	2	1	3	3	4	3	2	3	4	2	4	5	4	3
2	1	4	4	2	5	1	4	1	3	4	4	4	5	3	4
5	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5
4	5	4	3	2	4	5	5	4	4	5	4	4	5	3	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
5	4	5	4	4	5	4	4	2	2	2	4	4	5	4	5
3	2	4	4	3	3	2	5	4	2	5	3	4	3	5	3
4	4	2	3	2	2	1	2	4	4	3	4	4	3	4	2
4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
4	5	5	4	3	2	5	4	4	4	2	3	4	5	4	5
4	5	5	4	1	5	4	1	4	5	4	5	4	4	5	4
5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4
4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5
5	2	5	3	4	2	2	1	4	5	4	3	5	5	4	4
5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	4	4	5	5	5
4	3	2	5	5	4	5	2	3	2	4	2	4	4	4	5
4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4

4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
4	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5
5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5
4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4
3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5
4	5	5	5	5	4	4	5	3	4	5	3	5	4	5	5
5	5	4	5	5	4	4	5	3	2	3	3	3	4	3	3
1	3	4	1	3	3	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4
4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5
4	5	5	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	3	4	5	4	5	4
4	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5
4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5
4	5	4	5	3	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4
4	5	5	4	3	4	5	3	4	4	5	5	5	3	5	5
2	1	2	3	2	4	3	3	2	4	3	2	2	3	2	4
5	4	3	3	4	3	5	2	5	3	3	4	3	4	3	4
4	5	3	3	4	4	3	4	2	5	3	3	3	4	5	4
3	5	4	3	4	3	3	2	2	4	3	2	3	4	3	3
1	3	2	4	4	2	1	3	2	3	2	4	3	5	3	4
5	4	4	3	4	3	5	3	2	4	3	4	3	4	3	4
3	4	2	1	2	4	3	2	3	2	4	2	2	4	2	4
4	3	4	3	4	4	3	4	4	1	1	3	2	3	4	2
2	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	2	4	3	4
4	4	3	3	3	4	3	4	3	5	4	4	4	4	3	5
3	4	3	2	2	2	1	3	1	4	3	3	3	4	2	2
3	2	4	3	4	3	5	3	2	4	3	2	3	3	3	5
3	4	4	3	3	4	4	5	4	2	4	3	3	4	3	4
3	4	4	4	3	5	3	3	4	3	5	3	3	5	3	5

4	3	4	3	3	4	4	3	3	5	3	3	2	4	3	3
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

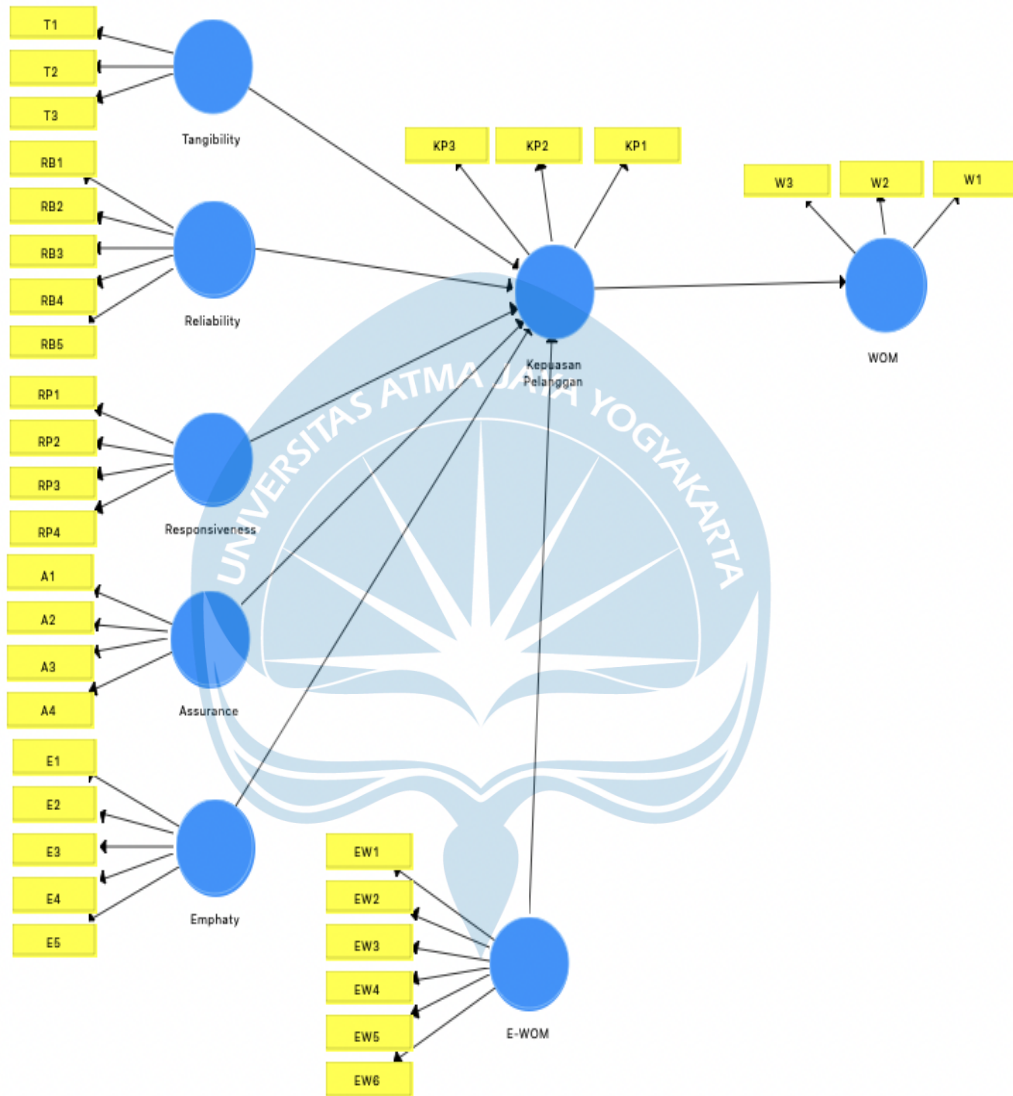
<i>Emphaty €</i>					<i>E-WOM (EW)</i>						<i>WOM(W)</i>			<i>Kepuasan Pelanggan (KP)</i>		
E 1	E 2	E 3	E 4	E 5	E W 1	E W 2	E W 3	E W 4	E W 5	E W 6	W 1	W 2	W 3	K P1	K P2	K P3
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	3	4	4	4	4	3
5	5	4	3	4	2	2	5	3	3	2	4	4	4	4	4	3
4	5	4	4	5	2	2	4	4	4	5	2	4	3	4	5	4
3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	3	4
4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	3	2	3	4	5	4	4
5	4	5	4	3	5	4	3	4	2	5	4	5	3	4	3	5
3	4	3	4	3	4	4	3	5	4	4	3	3	4	4	3	4
4	5	4	3	5	4	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4
2	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	5	5
4	3	4	5	2	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	5	5
5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5

4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	3	4	4
4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	3	2	4	2	4	3
3	5	3	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	3	5	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	4	5	3	5	4	4
4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	5	4	3	4	5	5
3	5	4	5	3	1	1	2	2	3	3	3	4	4	4	4	5
3	4	4	3	5	2	3	4	4	3	4	2	4	3	3	4	3
2	4	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2
4	4	5	3	5	4	4	5	3	5	4	4	5	4	4	5	4
4	3	5	2	5	4	3	5	4	5	2	2	3	3	2	4	4
4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5
5	3	5	4	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3
5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5
3	4	4	4	4	3	5	4	4	5	2	4	3	4	5	4	5
4	3	4	2	4	4	5	3	4	4	3	5	4	2	5	5	4
5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	2
4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3
4	5	3	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5
4	4	5	4	5	3	4	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5
5	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5
4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4
4	5	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	3	4	4	4	3
4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5
4	4	4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5
5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5
5	4	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4
4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
3	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	3	5	5
2	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4

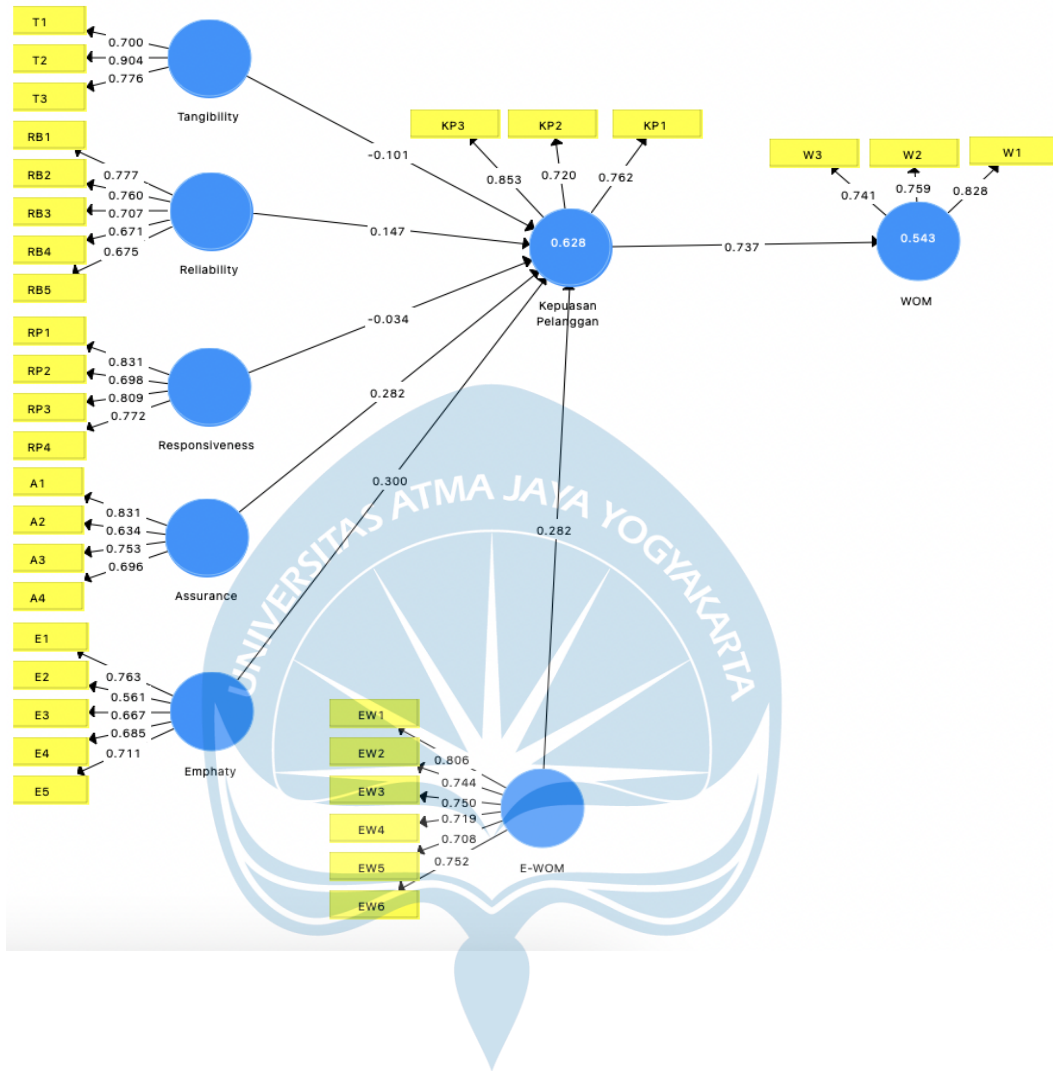
4	4	5	5	5	4	4	3	3	5	4	4	5	5	3	5	5
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
5	4	5	5	3	3	4	4	2	3	4	5	5	1	4	5	5
5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5
4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4
5	4	5	5	5	2	2	4	4	4	3	3	4	5	4	5	5
5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	4	3	5	5
2	4	3	2	3	2	3	2	4	4	4	2	3	4	3	4	3
5	4	3	5	5	4	5	4	4	3	5	4	4	3	5	2	3
4	3	5	4	3	3	4	2	4	5	4	4	5	4	4	3	5
3	4	2	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5
3	4	4	5	5	4	4	3	4	5	2	3	4	3	4	5	3
3	3	4	2	4	4	4	2	3	4	1	2	4	3	2	3	2
2	3	4	3	2	3	4	2	5	4	4	3	4	4	3	5	4
2	4	2	4	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3
4	4	2	5	2	2	4	3	5	3	3	2	4	3	3	5	3
4	4	3	3	4	3	4	4	3	5	3	2	5	4	3	5	3
3	2	5	4	3	2	4	3	2	4	3	2	4	3	2	4	2
2	4	3	4	3	4	3	2	5	3	4	5	3	3	3	5	2
3	4	4	3	5	3	4	5	4	5	3	3	5	3	3	4	4
3	4	5	4	5	5	2	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4
2	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	2	4	3	3	4

Lampiran 4 Hasil Olah Data SmartPLS

Model Struktural



Model Strutral PLS Algorithm



Outer Loadings 1

	Assu- rance	E- WOM	Emphaty	Kepuasan Pelanggan	Relia- bility	Respon- siveness	Tangi- bility	WOM
A1	0.831							
A2	0.634							
A3	0.753							
A4	0.696							
E1			0.763					
E2			0.561					
E3			0.667					
E4			0.685					
E5			0.711					
EW1		0.806						
EW2		0.744						
EW3		0.750						
EW4		0.719						
EW5		0.708						
EW6		0.752						
KP1				0.762				
KP2				0.720				
KP3				0.853				
RB1					0.777			
RB2					0.760			
RB3					0.707			
RB4					0.671			
RB5					0.675			
RP1						0.831		
RP2						0.698		
RP3						0.809		

RP4						0.772		
T1							0.700	
T2							0.904	
T3							0.776	
W1								0.828
W2								0.759
W3								0.741

Outer Loadings 2

	<i>Assurance</i>	<i>E-WOM</i>	<i>Emphaty</i>	Kepuasan Pelanggan	<i>Reliability</i>	<i>Responsiveness</i>	<i>Tangibility</i>	WOM
A1	0.879							
A3	0.888							
E1			0.842					
E5			0.833					
EW1		0.806						
EW2		0.744						
EW3		0.75						
EW4		0.719						
EW5		0.708						
EW6		0.752						
KP1				0.762				
KP2				0.719				
KP3				0.854				
RB1					0.828			
RB2					0.790			
RB3					0.746			
RP1						0.851		
RP3						0.839		
RP4						0.779		
T2							0.91	
T3							0.798	

W1								0.828
W2								0.759
W3								0.741

Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Assurance</i>	0.781
<i>E-WOM</i>	0.558
<i>Emphaty</i>	0.701
Kepuasan Pelanggan	0.609
<i>Reliability</i>	0.622
<i>Responsiveness</i>	0.678
<i>Tangibility</i>	0.732
<i>WOM</i>	0.604

Cross Loadings

	<i>Assurance</i>	<i>E-WOM</i>	<i>Emphaty</i>	Kepuasan Pelanggan	<i>Reliability</i>	<i>Responsiveness</i>	<i>Tangibility</i>	<i>WOM</i>
A1	0.831	0.547	0.612	0.554	0.513	0.607	0.529	0.524
A2	0.634	0.364	0.436	0.406	0.342	0.414	0.469	0.349
A3	0.753	0.469	0.643	0.575	0.616	0.599	0.544	0.529
A4	0.696	0.563	0.603	0.552	0.574	0.6	0.394	0.501
E1	0.598	0.469	0.763	0.485	0.374	0.622	0.414	0.531
E2	0.458	0.359	0.561	0.434	0.459	0.349	0.224	0.346
E3	0.538	0.414	0.667	0.497	0.294	0.538	0.28	0.451
E4	0.484	0.412	0.685	0.534	0.385	0.532	0.466	0.531
E5	0.618	0.643	0.711	0.473	0.301	0.425	0.313	0.541
EW ₁	0.516	0.806	0.491	0.488	0.401	0.469	0.33	0.588
EW ₂	0.423	0.744	0.432	0.448	0.292	0.4	0.334	0.552

EW ₃	0.555	0.75	0.711	0.514	0.38	0.47	0.316	0.535
EW ₄	0.403	0.719	0.381	0.503	0.292	0.443	0.252	0.502
EW ₅	0.55	0.708	0.455	0.524	0.307	0.443	0.371	0.609
EW ₆	0.543	0.752	0.54	0.555	0.484	0.519	0.334	0.56
KP1	0.547	0.557	0.599	0.762	0.42	0.462	0.255	0.539
KP2	0.5	0.468	0.497	0.72	0.273	0.435	0.227	0.558
KP3	0.633	0.564	0.577	0.853	0.59	0.518	0.499	0.626
RB1	0.6	0.408	0.398	0.376	0.777	0.531	0.483	0.247
RB2	0.557	0.421	0.417	0.46	0.76	0.45	0.473	0.42
RB3	0.509	0.432	0.364	0.424	0.707	0.528	0.43	0.329
RB4	0.455	0.26	0.375	0.37	0.671	0.431	0.478	0.375
RB5	0.43	0.196	0.352	0.363	0.675	0.435	0.369	0.239
RP1	0.646	0.514	0.585	0.525	0.599	0.831	0.66	0.576
RP2	0.521	0.456	0.503	0.372	0.369	0.698	0.457	0.523
RP3	0.639	0.523	0.595	0.56	0.515	0.809	0.433	0.507
RP4	0.574	0.411	0.601	0.388	0.559	0.772	0.506	0.368
T1	0.407	0.249	0.272	0.155	0.518	0.468	0.7	0.278
T2	0.586	0.392	0.483	0.452	0.507	0.582	0.904	0.587
T3	0.557	0.361	0.398	0.31	0.521	0.53	0.776	0.427
W1	0.607	0.607	0.605	0.644	0.453	0.533	0.468	0.828
W2	0.470	0.506	0.525	0.563	0.26	0.414	0.431	0.759
W3	0.445	0.64	0.523	0.498	0.331	0.545	0.461	0.741

Composite Reliability

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Assurance</i>	0.709	0.821
<i>E-WOM</i>	0.841	0.883
<i>Emphaty</i>	0.706	0.810
Kepuasan pelanggan	0.676	0.823
<i>Reliability</i>	0.766	0.842
<i>Responsiveness</i>	0.786	0.860

<i>Tangibility</i>	0.733	0.838
WOM	0.672	0.820

R-square

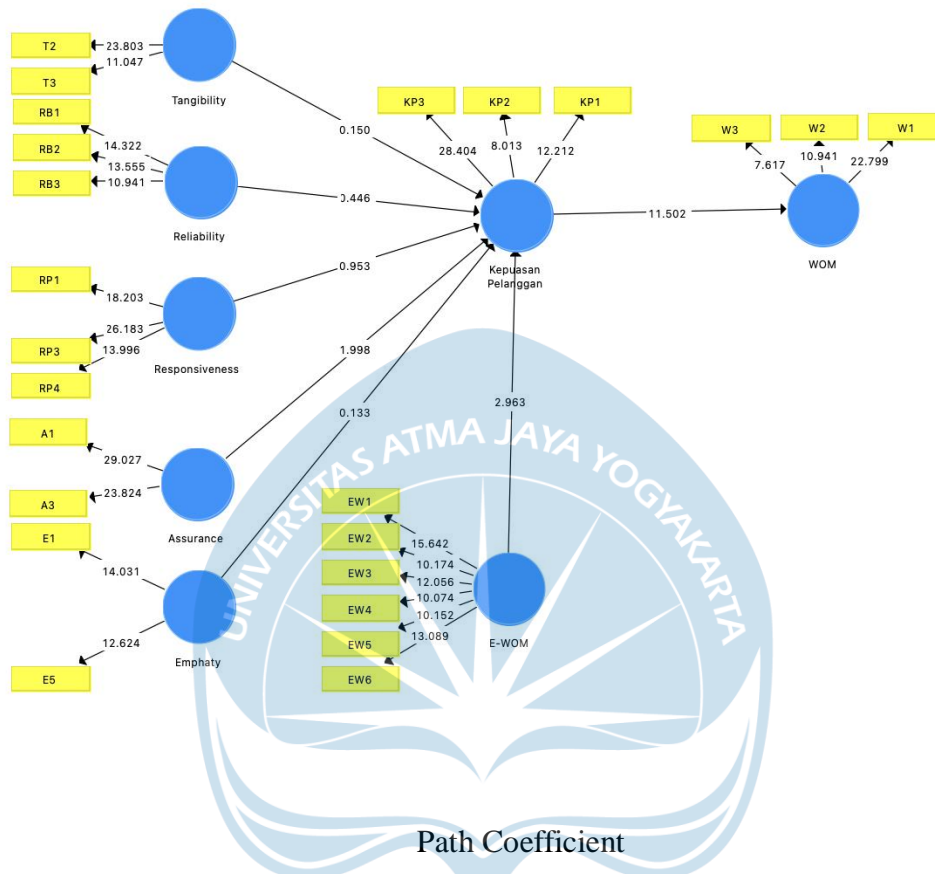
Variabel	<i>R-square Adjusted</i>
Kepuasan pelanggan	0.535
WOM	0.537

F-square

	<i>Assu- ranc e</i>	<i>E- WO M</i>	<i>Empha ty</i>	<i>Kepuas an Pelangg an</i>	<i>Reli a- bilit y</i>	<i>Respo n- sivene ss</i>	<i>Tang i- bilit y</i>	<i>WO M</i>
<i>Assurance</i>				0.059				
<i>E-WOM</i>				0.172				
<i>Emphaty</i>				0.000				
Kepuasan Pelanggan								1.18 7
<i>Reliability</i>				0.004				
<i>Responsiveness</i>				0.018				
<i>Tangibility</i>				0.000				
<i>WOM</i>								

Sumber : Data Diolah (2023)

Model Struktural Bootstrapping



Hipotesis	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>t Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
<i>Emphaty_ -> Kepuasan Pelanggan_</i>	0.021	0.03	0.163	0.127	0.899
<i>Tangibility_ -> Kepuasan Pelanggan_</i>	-0.017	-0.002	0.12	0.139	0.890
<i>Reliability -> Kepuasan Pelanggan_</i>	0.061	0.083	0.139	0.441	0.660
<i>Responsiveness_ -> Kepuasan Pelanggan_</i>	0.148	0.114	0.172	0.859	0.391

<i>Assurance_ -> Kepuasan Pelanggan_</i>	0.267	0.256	0.133	2.017	0.044
<i>E-WOM -> Kepuasan Pelanggan_</i>	0.4	0.409	0.145	2.761	0.006
<i>Kepuasan Pelanggan_ -> WOM_</i>	0.737	0.738	0.063	11.638	0

