

**PENGARUH *CONTENT QUALITY* VIDEO PENDEK DAN
RELATIONSHIP QUALITY TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN: STUDI PADA APLIKASI SHOPEE**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh
Elisa Anastasia
190324664**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2024**

Skripsi
PENGARUH *CONTENT QUALITY* VIDEO PENDEK DAN
***RELATIONSHIP QUALITY* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN:**
STUDI PADA APLIKASI SHOPEE

Disusun Oleh

Elisa Anastasia

190324664

Telah di baca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Tanggal, 15 Maret 2024

Skripsi

**PENGARUH *CONTENT QUALITY* VIDEO PENDEK DAN
RELATIONSHIP QUALITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN:
STUDI PADA APLIKASI SHOPEE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nama: Elisa Anastasia

NPM: 190324664

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 5 April 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S1)

Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Penguji


Nadia Nila Sari SE., MBA.

Anggota Panitia Penguji


Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.


Daniel Yudistya Wardhana, SE.,MEI.

Yogyakarta, 16 April 2024

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta




Wenefrida Mahestu Noviantra Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN


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

**PENGARUH *CONTENT QUALITY* VIDEO PENDEK DAN
RELATIONSHIP QUALITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN:
STUDI PADA APLIKASI SHOPEE**

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, 15 Maret 2024

Yang menyatakan,


Elisa Anastasia

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat kemurahan-Nya dalam proses saya menjalankan perkuliahan sampai dengan menyelesaikan tugas akhir saya yang berjudul “Pengaruh *Content Quality Video Pendek Shopee* dan *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi pada Aplikasi Shopee” sebagai syarat kelulusan dalam memperoleh gelar S1 Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atmajaya Yogyakarta. Maka dari itu saya ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat yang melimpah selama menjalankan perkuliahan di Universitas Atmajaya Yogyakarta sampai pada pengerjaan skripsi ini dapat berjalan dengan baik.
2. Orangtua tercinta, Abraham dan Kessy serta kakak-kakak saya yang selalu memberi support dan doa dalam proses studi saya.
3. Anak saya Gamaliel Valen dan suami saya Aldhion yang menjadi semangat saya untuk menyelesaikan studi saya.
4. Mama dan papa mertua saya dalam memberi dukungan dan doa untuk menyelesaikan skripsi saya.
5. Bapak Drs. C.Jarot Priyogutomo, MBA. selaku pembimbing skripsi saya yang dengan sabar serta memberikan saran yang membangun untuk menyelesaikan skripsi saya.
6. Jajaran dekanat, kepala program studi, seluruh dosen dan staff Universitas Atmajaya Yogyakarta, Fakultas Bisnis dan Ekonomika yang terlibat dalam proses perkuliahan saya.

7. Kepada teman-teman saya yang menemani dan membantu saya dengan segala dukungan yang diberikan dalam proses menyelesaikan studi Benedikta, Valensia, Olivia dan Ganang.
8. Responden yang bersedia membantu dengan mengisi kuisioner penelitian ini.

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

Penulis



Elisa Anastasia

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 <i>Content Quality</i>	6
2.1.2 <i>Relationship Quality</i>	6
2.1.3 <i>Customer Stickiness</i>	7
2.1.4 <i>Customer Attitudinal Loyalty dan Customer Behavior Loyalty</i>	8
2.2 Penelitian Terdahulu	9
2.3 Pengembangan Hipotesis	12
2.3.1 Pengaruh content quality terhadap relationship quality	12
2.3.2 Pengaruh Relationship Quality terhadap stickiness	13
2.3.3 Pengaruh content quality terhadap stickiness	14
2.3.4 Pengaruh stickiness terhadap customer loyalty	14
2.4 Model Penelitian	15

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	16
3.1 Teknik Pengumpulan Data.....	16
3.2 Metode Pengukuran Data.....	16
3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	16
3.4 Definisi Operasional	17
3.5 Analisis Deskriptif.....	19
3.6. Metode Pengujian Instrumen	20
3.7. Metode Analisis Data.....	23
3.7.1. Analisis Persentase.....	23
3.7.2. Analisis Deskriptif	23
3.7.3. Analisis Structural Equation Modeling	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Analisis Profil Responden.....	28
4.2 Analisis Deskriptif	32
4.2.1 Penilaian Responden Pada Variabel <i>Content Quality</i>	33
4.2.2 Penilaian Responden Pada Variabel <i>Relationship Quality</i>	33
4.2.3 Penilaian Responden Pada Variabel <i>Stickiness</i>	34
4.2.4 Penilaian Responden Pada Variabel <i>Attitudinal Loyalty</i>	35
4.2.5 Penilaian Responden Pada Variabel <i>Behavior Loyalty</i>	36
4.3 Analisis Structural Equations Modeling (SEM)	37
4.3.1 Evaluasi Goodness of Fit-Menilai Outer Model	37
4.3.2 Pengujian Hipotesis.....	44
BAB V PENUTUP	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Implikasi Manajerial	51
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu	9
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	18
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas	21
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas	23
Tabel 3. 4 Kelas Interval Penilaian Variabel.....	24
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Pengguna dan Pembelian di Aplikasi Shopee	29
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	30
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku Bulanan	30
Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Pengguna Aplikasi Shopee	31
Tabel 4. 6 Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran Bulanan pada Aplikasi Shopee	32
Tabel 4. 7 Deskriptif Jawaban Responden pada Variabel Content Quality .	33
Tabel 4. 8 Deskriptif Jawaban Responden pada Variabel Relationship Quality.....	33
Tabel 4. 9 Deskriptif Jawaban Responden pada Variabel Stickiness	34
Tabel 4. 10 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Attitudinal Loyalty	35
Tabel 4. 11 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Behavior Loyalty	36
Tabel 4. 12 Outer Loading {Measure Model}.....	38
Tabel 4. 13 Cross Loading	40
Tabel 4. 14 Construct Reliability	41
Tabel 4. 15 Nilai R-Square dan Adjusted R-Square.....	43
Tabel 4. 16 Path Coefficient	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	15
Gambar 4. 1 Model Hubungan Antar Variabel Hasil Penelitian	49

**PENGARUH *CONTENT QUALITY* VIDEO PENDEK DAN
RELATIONSHIP QUALITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN:
STUDI PADA APLIKASI SHOPEE**

**Disusun Oleh
Elisa Anastasia
190324664**

**Dosen Pembimbing
Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.**

Abstrak

Internet menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari setiap manusia. Dengan pesatnya perkembangan perangkat seluler, konsumsi video pendek seluler telah meningkat di seluruh dunia, sehingga berdampak besar pada kehidupan kita sehari-hari dan mengubah cara orang mencari dan berbagi informasi. Shopee video adalah fitur baru yang dirilis pada April 2022 untuk menyediakan tempat bagi para pengguna Shopee untuk bersosialisasi dan berbelanja. Maka dari itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Pengaruh *content quality* terhadap *relationship quality*, 2) Pengaruh *relationship quality* terhadap *stickiness*, 3) Pengaruh *content quality* terhadap *stickiness*, 4) Pengaruh *stickiness* terhadap *attitudinal loyalty*, 5) Pengaruh *stickiness* terhadap *behaviour loyalty*, 6) pengaruh *stickiness* memediasi pengaruh *attitudinal loyalty* terhadap *behaviour loyalty*.

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