

TESIS

**PENGARUH LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP NIAT BELI
ULANG DI LAYANAN KLIK INDOGROSIR**



Diajukan oleh:

Cahyo Adi Utomo

NPM: 225027218

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA


2024



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

PENGESAHAN TESIS

Nama : Cahyo Adi Utomo
Nomor Mahasiswa : 225027218
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Layanan Purna Jual Terhadap Niat Beli Ulang Di Layanan
Klik Indogrosir

Nama Pembimbing	Tanggal	Tanda Tangan
Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D	25 November 2024	



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

HALAMAN PENGESAHAN TESIS

Nama : Cahyo Adi Utomo
Nomor Mahasiswa : 225027218
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Layanan Purna Jual Terhadap Niat Beli Ulang Di
Layanan Klik Indogrosir

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D.	24/11/2024	
Dr. J. Ellyawati, MM.	20 Des 2024	
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.	25/11/2024	

**Ketua Program Studi
Magister Manajemen**

Elisabet Dita Septiari, SE.,
M.Sc., Ph.D.

**Dekan
Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
W. Mahestu N. Krisjanti, SE.,
M.Sc., Ph.D.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan terhadap jasa, layanan purna jual terhadap tingkat kepercayaan pada ritel *online*, kepuasan terhadap jasa terhadap tingkat kepercayaan pada ritel *online*, kepuasan terhadap jasa terhadap niat beli ulang, tingkat kepercayaan pada ritel online terhadap niat beli ulang dan layanan purna jual terhadap niat beli ulang pada konsumen yang pernah melakukan transaksi menggunakan KlikIndogrosir.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang pernah menggunakan dan bertransaksi pada aplikasi e-commerce KlikIndogrosir. Sampel penelitian diambil dengan teknik purposive sampling. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah responden yang telah melakukan transaksi di aplikasi Klik Indogrosir selama 6 bulan terakhir dan telah komplain pada layanan Klik Indogrosir. Data penelitian ini diperoleh melalui kuesioner online yang dibuat dengan platform Google Forms. Untuk menentukan jumlah sampel penelitian ini menggunakan teori (Hair et al. 2019) jumlah indikator dikalikan 10. Hasil perhitungan menggunakan teori ini menghasilkan jumlah sampel $17 \times 10 = 170$ responden. Data diolah menggunakan Software Smart PLS.

Hasil Penelitian ini menunjukkan layanan purna jual memiliki pengaruh terhadap kepuasan terhadap jasa, layanan purna jual memiliki pengaruh terhadap tingkat kepercayaan pada ritel *online*, bahwa kepuasan terhadap jasa memiliki pengaruh terhadap tingkat kepercayaan pada ritel *online*, kepuasan terhadap jasa memiliki pengaruh terhadap niat beli ulang dan layanan purna jual memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli ulang. Namun terdapat hasil tidak signifikan antara tingkat kepercayaan pada ritel *online* terhadap niat beli ulang.

Kata Kunci : klikindogrosir, layanan purna jual, kepuasan terhadap jasa, tingkat kepercayaan pada ritel online, niat beli ulang

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of after-sales service on service satisfaction, after-sales service on the trust in online retail, service satisfaction on the level of trust in online retail, service satisfaction on repurchase intention, the level of trust in online retail on repurchase intention, and after-sales service on repurchase intention among consumers who have made transactions using KlikIndogrosir.

This study employs a quantitative research approach with a survey method. The population in this study consists of Indonesian consumers who have used and transacted through the KlikIndogrosir e-commerce application. The research sample was selected using purposive sampling. The sample criteria include respondents who have made transactions on the KlikIndogrosir application in the past six months and have filed complaints with KlikIndogrosir services. The research data was obtained through an online questionnaire created using the Google Forms platform. To determine the sample size, this study used the theory of Hair et al. (2019), which suggests multiplying the number of indicators by 10. Based on this theory, the sample size was calculated to be $17 \times 10 = 170$ respondents.

The data was processed using Smart PLS software. The results of this study show that after-sales service has an influence on service satisfaction, after-sales service has an influence on the trust in online retail, service satisfaction has an influence on trust in online retail, service satisfaction has an influence on repurchase intention, and after-sales service has a significant influence on repurchase intention. However, there was no significant effect of the level of trust in online retail on repurchase intention.

Keywords: KlikIndogrosir, after-sales service, service satisfaction, trust on online retail, repurchase intention

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN TESIS	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN TESIS	Error! Bookmark not defined.i
INTISARI	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistemetika Peneletian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Layanan Purna jual	8
2.1.2. Tingkat kepercayaan pada ritel <i>online</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2. Penelitian Terdahulu	12
2.3. Pengembangan Hipotesis	16
2.3.1. Layanan Purna jual & Kepuasan Terhadap Jasa	16
2.3.2. Layanan Purna jual & Tingkat Kepercayaan pada ritel <i>online</i>	16
2.3.3. Kepuasan Terhadap Jasa & Tingkat Kepercayaan pada ritel <i>online</i>	17
2.3.4. Kepuasan Terhadap Jasa & Niat Beli Ulang.....	17
2.3.5. Tingkat Kepercayaan pada ritel <i>online</i> & Niat Beli Ulang.....	16

2.3.6. Layanan Purna jual & Niat Beli Ulang	18
BAB III Metodologi Penelitian	20
3.1. Desain Penelitian	20
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	20
3.3. Metode Analisa Data	21
3.4. Definisi Operasional	21
3.5. Pengujian Instrumen Penelitian	25
3.5.1 Reabilitas.....	25
3.5.2 Validitas.....	25
3.6. Metode Analisa Data dan Pembahasan	27
3.6.1 Reabilitas.....	28
BAB IV Hasil Penelitian & Pembahasan.....	30
4.1. Pendahuluan.....	30
4.2. Profil Responden.....	30
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	31
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	32
4.3. Uji Instrumen Penelitian	33
4.3.1 Statistik Deskriptif	33
4.3.2 Validitas.....	37
4.3.3 Reabilitas.....	39
4.4. Analisa Hasil	40
4.4.1 Model Struktural	40
4.5. Pembahasan.....	47
BAB V Kesimpulan & Saran	53
5.1. Kesimpulan	53
4.4.1 Kesimpulan Profil Responden	53

4.4.2 Kesimpulan Uji Hipotesis	53
5.2. Implikasi Bisnis	54
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	55
5.2. Saran Penelitian	56
Daftar Pustaka	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna E-Commerce	1
Gambar 2. 1 Model Penelitian (Javed & Wu, 2020) (Antwi and Amponsah 2021) ..	18
Gambar 4.2.1.1 Profil Jenis Kelamin Responden	31
Gambar 4.2.2.1 Profil Usia Responden	32
Gambar 4.2.3.1 Profil Jumlah Kunjungan	33
Gambar 4.4.1.1 Model Struktural	41

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Tabel Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.4.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	21
Tabel 3.6.1 Syarat Uji Validitas dan Reliabilitas	27
Tabel 4.2.1 Profil Responden.....	30
Tabel 4.3.1.1 Kategori Indikator.....	34
Tabel 4.3.1.2 Statistik Item Pengukuran	35
Tabel 4.3.2.1 <i>Loadings</i> dan <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	37
Tabel 4.3.2.2 <i>Cross Loading</i>	38
Tabel 4.3.3.1 <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	40
Tabel 4.4.1.1 <i>R Square</i> dan <i>R Square Adjusted</i>	42
Tabel 4.4.1.2 <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	43
Tabel 4.4.1.3 Hasil Pengujian Hipotesis	44