



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,  
KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS WEBSITE  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(Studi Kasus pada Konsumen Zalora di Jakarta Selatan)**

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana  
Program Studi Magister Manajemen

**LAELA HAJAT MAQBULLAH**  
**55114120156**

MERCU BUANA

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2017**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Kualitas *Website* terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Zalora di Jakarta Selatan)

Bentuk Tesis : Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Laela Hajat Maqbullah

NIM : 55114120156

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 12 September 2017

Mengesahkan

Pembimbing Utama

Pembimbing II



(Dr. Enda Marina, M.Sc.)



(Dr. Augustina Kurniasih, M.E)

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Aty Herawati, M.Si)

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini :

Judul : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Kualitas *Website* terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Zalora di Jakarta Selatan)

Bentuk Tesis : Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Laela Hajat Maqbullah

NIM : 55114120156

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 12 September 2017

Merupakan hasil penelitian karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan sesuai dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 12 September 2017



Laela Hajat Maqbullah

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Kualitas *Website* terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Zalora di Jakarta Selatan).

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Enda Marina, M.Sc., selaku pembimbing utama, Ibu Dr. Augustina Kurniasih, M.E., selaku pembimbing II, Dr. Adi Nurmahdi, MBA., M.C.I.M selaku penguji pada seminar proposal, Dr. Mirza, ST., MM selaku penguji pada sidang tesis, Prof. Dr. Ing. Mudrik Alaydrus, MT, selaku ketua sidang tesis, Dr. Aty Herawati, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana, beserta seluruh dosen, staf administrasi, dan teman-teman mahasiswa di Mercu Buana tercinta ini.

Demikian juga penulis menyampaikan terima kasih khusus kepada suami penulis, Tony Indra Himawan, anakku tersayang Haykal Zhafran Himawan, orang tua serta keluarga besar yang menjadi inspirasi penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Semoga hasil penelitian ini memberi sumbangsih kepada semua pihak.

Laela Hajat Maqbullah (55114120156)

# DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i> .....	i
ABSTRAK .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi, Rumusan Masalah dan Batasan Masalah .....	9
1.2.1. Identifikasi Masalah .....	9
1.2.2. Rumusan Masalah.....	10
1.2.3. Batasan Masalah.....	11
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	11
1.3.1. Maksud Penelitian .....	11
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1. Manfaat Penelitian .....	12
1.4.2. Kegunaan Penelitian.....	13
1.4.2.1. Kegunaan Praktis.....	13
1.4.2.2. Kegunaan Teoritis .....	14

## **BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN**

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	15
2.2. Visi dan Misi Perusahaan .....	17
2.3. Lingkup dan Bidang Usaha .....	17
2.4. Sumber Daya .....	18
2.5. Tantangan Bisnis .....	18
2.5.1. Sektor Logistik.....	18
2.5.2. Pengembangan Sumber Daya Manusia .....	19
2.6. Proses dan Kegiatan Fungsi Bisnis Perusahaan.....	19

## **BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

3.1. Kajian Teori .....	21
3.1.1. Konsep Pemasaran Era Digital.....	21
3.1.2. Konsep <i>Market Driven Strategy</i> .....	22
3.1.3. Kepuasan Konsumen .....	25
3.1.4. Citra Merek .....	27
3.1.5. Kualitas Produk .....	28
3.1.6. Kualitas Layanan .....	30
3.1.7. Kualitas <i>Website</i> .....	32
3.1.8. Hubungan antara Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen .....	34
3.1.9. Hubungan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen .....	34
3.1.10. Hubungan antara Kualitas Layanan terhadap	

Kepuasan Konsumen .....	34
3.1.11. Hubungan antara Kualitas <i>Website</i> terhadap	
Kepuasan Konsumen .....	35
3.2. Penelitian Terdahulu .....	35
3.3. Kerangka Pemikiran .....	37
3.4. Hipotesis .....	38
 <b>BAB IV. METODE PENELITIAN</b>	
4.1. Desain Penelitian .....	39
4.2. Variabel dan Pengukuran Variabel.....	39
4.2.1. Variabel Bebas ( <i>Independent</i> ) .....	40
4.2.2.1. Citra Merek .....	40
4.2.2.2. Kualitas Produk .....	40
4.2.2.3. Kualitas Layanan .....	41
4.2.2.4. Kualitas <i>Website</i> .....	41
4.2.2. Variabel Terikat ( <i>Dependent</i> ) .....	41
4.2.3. Definisi Operasional .....	41
4.3. Data dan Metode Pengumpulan Data .....	44
4.3.1. Jenis dan Sumber Data .....	44
4.3.2. Teknik Pengumpulan Data .....	45
4.4. Populasi dan Metode Sampling .....	46
4.4.1. Populasi .....	46
4.4.2. Sampel Penelitian .....	47
4.5. Teknik Analisis Data .....	47
4.5.1. Instrumen Penelitian .....	49

4.5.2. Statistik Deskriptif .....	49
4.5.3. Statistik Inferensial .....	49
4.5.3.1. Uji Asumsi Klasik .....	50
4.5.3.1.1. Uji Normalitas Data .....	50
4.5.3.1.2. Uji Multikolinearitas .....	50
4.5.3.1.3. Uji Heterokedastisitas .....	51
4.6. Analisis Regresi Linier Berganda .....	51
4.6.1. Uji Model Regresi .....	52
4.6.1.1. Koefisien Determinasi $R^2$ .....	52
4.6.1.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji-F) .....	52
4.6.2. Uji Pengaruh Variabel Bebas .....	53
4.6.2.1. Koefisien Regresi .....	53
4.6.2.2. Uji Secara Parsial (Uji Statistik t) .....	54
4.7. Analisis Korelasi antar Dimensi .....	54
 <b>BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1. Karakteristik Responden .....	56
5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	59
5.2.1. Hasil Uji Validitas .....	59
5.2.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	61
5.3. Analisis Deskriptif Variabel .....	62
5.4. Hasil Instrumen Penelitian .....	63
5.4.1. Uji Asumsi Klasik .....	63
5.4.1.1. Uji Normalitas Data .....	63
5.4.1.2. Uji Multikolinearitas .....	64



5.4.1.3. Uji Heterokedastisitas .....	65
5.5. Hasil Pengujian Hipotesis .....	66
5.6. Korelasi antar Dimensi .....	67
5.7. Pembahasan Hasil Penelitian .....	69

## **BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1. Kesimpulan .....	72
6.2. Saran .....	72

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>
-----------------------------	-----------

<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>93</b>
------------------------------	-----------

<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>114</b>
---------------------------	------------



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Keluhan Konsumen Zalora Bulan Oktober .....	8
Tabel 1.2. <i>Pre Survey</i> Permasalahan Belanja <i>Online</i> di Zalora .....	9
Tabel 3.1. Penelitian Terdahulu (Jurnal Internasional) .....	36
Tabel 3.2. Penelitian Terdahulu (Jurnal Nasional) .....	37
Tabel 4.1. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian .....	41
Tabel 4.2. Matriks Korelasi antar Dimensi .....	54
Tabel 4.3. Interpretasi Koefisien Korelasi .....	55
Tabel 5.1. Tempat dan Metode Penyebaran Kuesioner .....	56
Tabel 5.2. Karakteristik Responden .....	57
Tabel 5.3. Hasil Pengujian Validitas .....	59
Tabel 5.4. Hasil Pengujian Reliabilitas .....	60
Tabel 5.5. Hasil Analisis Deskriptif Variabel .....	63
Tabel 5.6. Hasil Uji Multikolinieritas .....	65
Tabel 5.7. Hasil Pengujian Model .....	67
Tabel 5.8. Matrik Analisis Korelasi antar Dimensi .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pertumbuhan <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	2
Gambar 1.2. Kinerja Keuangan Zalora 2013-2015 .....	5
Gambar 1.3. <i>Key Performance Indicator</i> Zalora 2013-2015 .....	6
Gambar 1.4. <i>Traffic Website</i> dan Aplikasi Zalora.co.id 2012-2016 .....	7
Gambar 1.5. <i>Satisfaction Index</i> Zalora Indonesia .....	7
Gambar 2.1. Logo Zalora Indonesia .....	16
Gambar 2.2. Tampilan Halaman Utama Zalora Indonesia .....	17
Gambar 2.3. <i>Business Process</i> Zalora Indonesia .....	20
Gambar 3.1. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	38
Gambar 5.1. Hasil Uji Normalitas .....	62
Gambar 5.2. Hasil Uji Heterokedastisitas .....	64