

**PENGARUH *ONLINE ORDERING SERVICE*,  
*OFFLINE MERCHANTS*, DAN *DISTRIBUTION SERVICE* TERHADAP  
*CUSTOMER SATISFACTION SOCIOLLA***

**SKRIPSI**



**Nama : Mulia Marcelina**

**NIM : 43115120147**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2022**

**PENGARUH *ONLINE ORDERING SERVICE*,  
*OFFLINE MERCHANTS*, DAN *DISTRIBUTION SERVICE* TERHADAP  
*CUSTOMER SATISFACTION* SOCIOLLA**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program  
Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Nama : Mulia Marcelina**

**NIM : 43115120147**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2022**

## SURAT PENYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mulia Marcelina Sari

NIM : 43115120147

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan proposal penelitian ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 17 Februari 2022



Mulia Marcelina Sari  
43115120147

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mulia Marcelina Sari  
NIM : 43115120147  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Online Ordering Service, Offline Merchant dan Distribution Service Terhadap Customer Satisfaction Sociolla  
Tanggal Sidang : 6 April 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Deden Kurniawan, SH., MH., ME

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 04221273



Please Scan QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

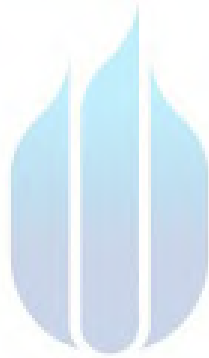
Segala puji dan syukur bagi kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, dan atas berkat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Online Order Service*, *Offline Merchant* dan *Distribution Service* Terhadap *Customer Satisfaction Sociolla*”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan serta nasihat yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya bapak Dr. Deden Kurniawan, SH, MH, ME yang telah memberikan banyak saran, waktu, dan bimbingan serta nasihat-nasihat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, di dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana
4. Bapak Eri Marlapa, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan banyak Ilmu kepada peneliti
6. Ibu, Kakak, dan Adik yang telah memberikan banyak semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini
7. Teman-Teman di Universitas Mercu Buana Khususnya untuk Darius Culver, Kiki Apriyadi dan Amira yang telah banyak memberikan semangat

8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu dalam menyelesaikan penelitian ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kekurangan serta kesalahan dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti, oleh karena itu peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan masukan serta kritikan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya untuk peneliti dan pembaca umumnya. Akhir kata dengan seluruh ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kekurangan serta kesalahan dalam penelitian ini.



Jakarta, 1 September 2021

Mulia Marcelina

43115120147

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kontribusi Penelitian.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>9</b>
A. Kajian Pustaka.....	9
1. Manajemen Pemasaran .....	9
2. Perilaku Konsumen .....	10
3. Konsep Online To Offline.....	10
4. Online Ordering Service.....	12
5. Offline Merchant .....	13
6. Distribution Service.....	14
7. Customer Satisfaction.....	14
8. Penelitian Terdahulu .....	15

B. Pengembangan Hipotesis .....	20
1. Pengaruh Online Ordering Service terhadap Customer Satisfaction.....	20
2. Pengaruh Offline Merchant terhadap Customer Satisfaction .....	21
3. Pengaruh Distribution Service terhadap Customer Satisfaction ..	21
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	23
B. Desain Penelitian .....	23
C. Definisi dan Operasional Variabel .....	23
1. Definisi Variabel .....	23
2. Operasional Variabel.....	25
D. Skala Pengukuran Variabel.....	25
E. Populasi dan Sampel .....	26
1. Populasi Penelitian .....	26
2. Sampel Penelitian .....	26
F. Metode Pengumpulan Data .....	27
G. Metode Analisis Data.....	27
1. Analisis Deskriptif .....	27
2. Uji Instrumen .....	28
3. Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	29
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
A. Gambaran umum perusahaan .....	33
B. Deskripsi Responden .....	37
1. Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
2. Profil Responden berdasarkan Usia .....	38
3. Profil Responden berdasarkan Pekerjaan .....	39
4. Profil Responden berdasarkan Penghasilan .....	39



C.	Deskripsi Variabel .....	40
1.	Deskripsi Variabel <i>Online Ordering Service</i> .....	40
2.	Deskripsi Variabel <i>Offline Merchant</i> .....	41
3.	Deskripsi Variabel <i>Distribution Service</i> .....	42
4.	Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	42
D.	Partial Least Square.....	43
1.	Menguji Outer model .....	43
a.	Convergent Validity .....	44
b.	Average Variance Extracted .....	47
c.	Discriminant Validity .....	47
d.	Composite Reliability .....	49
2.	Menguji Inner Model .....	49
a.	Koefisien Determinasi .....	50
b.	Nilai Relevansi Prediktif .....	50
c.	Uji Hipotesis.....	51
E.	Pembahasan .....	53
1.	Analisis pengaruh Online Ordering Service terhadap Customer Satisfaction .....	53
2.	Analisis pengaruh Offline Merchant terhadap Customer Satisfaction .....	54
3.	Analisis pengaruh Distribution Service terhadap Customer Satisfaction .....	54
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>56</b>
A.	Simpulan .....	56
B.	Saran.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>60</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>65</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Pra survey Penelitian .....	4
2.1	Manfaat & Kegunaan Penelitian <i>Online to Offline</i> .....	12
2.2	Penelitian Terdahulu.....	15
3.1	Operasional Variabel .....	25
3.2	Skala Likert .....	26
4.1	Daftar Toko <i>Sociolla</i> .....	34
4.2	Unit Bisnis <i>Sociolla</i> .....	35
4.3	Kategori Produk di <i>Sociolla</i> .....	36
4.4	Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
4.5	Profil Responden berdasarkan Usia .....	38
4.6	Profil Responden berdasarkan Pekerjaan .....	39
4.7	Profil Responden berdasarkan Penghasilan .....	40
4.8	Deskripsi <i>Online Ordering Service</i> .....	41
4.9	Deskripsi <i>Offline Merchant</i> .....	41
4.10	Deskripsi <i>Distribution Service</i> .....	42
4.11	Deskripsi <i>Customer Satisfaction</i> .....	43
4.12	Hasil Uji <i>Validitas setelah Modifikasi</i> .....	46
4.13	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> .....	47
4.14	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> .....	48
4.15	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i> .....	49
4.16	Hasil Uji <i>R Square</i> .....	50
4.17	Hasil Uji Hipotesis .....	53

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Pengguna Internet di Indonesia .....	1
1.2	Perbandingan Pelanggan Sociolla dengan Pesaingnya.....	3
2.1	Model Rerangka Konseptual .....	22
4.1	Tampilan Website Sociolla .....	36
4.2	Uji Validitas .....	44
4.3	Uji Validitas setelah Modifikasi .....	45
4.4	Bootstrapping .....	52



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1	Kuisisioner Penelitian .....	66
2	Hasil Kuisisioner .....	70
3	Deskriptif Variabel .....	85
4	Outer Model .....	86
5	Inner Model .....	91

