



**ANALISIS PERUSAHAAN LAZADA UNTUK LOYALITAS
PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
INTERVENING DALAM MASA PANDEMI COVID-19**

TESIS

NAMA : SATRIA RAMADHAN SYAHBIRIN

NIM : 55119120083

MERCU BUANA

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2023**



**ANALISIS PERUSAHAAN LAZADA UNTUK LOYALITAS
PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
INTERVENING DALAM MASA PANDEMI COVID-19**

TESIS

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

NAMA : Satria Ramadhan Syahbirin
NIM : 55119120083

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Perusahaan Lazada Untuk Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Sebagai Intervening Dalam Masa Pandemi Covid-19

Nama : Satria Ramadhan Syahbirin

NIM : 55119120083

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 2 Juni 2022

Mengesahkan
Pembimbing

UNIVERSITAS
(Dr.Ir. H. Sonny Indrajaya MM)
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Mercu Buana

(Dr. Nurul Hidayah, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Manajemen

(Dr. Lenny Christina Nawangsari, S.T, MM)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Analisis Perusahaan Lazada Untuk Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Sebagai Intervening Dalam Masa Pandemi Covid-19

Nama : Satria Ramadhan Syahbirin

NIM : 55119120083

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 17 Februari 2023

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, Maret 2023

(Satria Ramadhan Syahbirin)



PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Satria Ramadhan Syahbirin
NIM : 55119120083
Program Studi : Magister Manajemen / MPS

dengan judul "*Analisis Perusahaan Lazada Untuk Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Sebagai Intervening dalam masa pandemi Covid-19.*", telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 06/03/2023, didapatkan nilai persentase sebesar 28 %.

Jakarta, 06 Maret 2023

Administrator Turnitin


Arie Pangudi, A.Md

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang sedalam-dalamnya penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan limpahan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tesis dengan judul **ANALISIS PERUSAHAAN LAZADA UNTUK LOYALITAS PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI INTERVENING DALAM MASA PANDEMI COVID-19**. Tujuan dari penulisan tesis ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Magister Manajemen pada Program Studi Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam proses penulisan tesis ini penulis mendapatkan bimbingan, dukungan, arahan, dan bantuan yang sangat berkesan dari berbagai pihak. Ucapan terima kasih pertama saya berikan kepada Dr.Ir. H. Sonny Indrajaya MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan dan meluangkan waktu, saran dan arahan selama proses penelitian dan penulisan sehingga dapat terselesaikan. Pada kesempatan kali ini jugapenulis akan menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriyansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, S.T, MM, selaku Ketua Program Studi MagisterManagement Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Agus Arijanto, SE, MM, selaku Ketua sidang tesis.
5. Dr. Aldina Shiratina, SE, M.Si, selaku Penelaah sidang tesis.
6. Dudi Permana, Ph.D, selaku Penguji seminar hasil
7. Mas Wahyu Wibowo, Ph.D, selaku Penguji seminar proposal
8. Yang sangat saya cintai, Mama : Hj. Dewi Putri SE, (Alm) Papa : alm. H. Syahbirin SE, dan kedua adik saya yaitu Sisi dan Yudha atas seluruh dukungan dan doa yang tak pernah putus dipanjatkan untuk kelancaran proses kuliah Pasca Sarjana secara keseluruhan.
9. Seluruh pimpinan maupun staff pada RM Sisi Padang, Dapur 5151, dan Yuki

Label, dan terkhusus untuk para senior:, Om Amin, Om Mamad, Teh Cucum, Mbak Tini, dan paman saya Om Surya, mereka semua yang selalu ada dan selalu mendoakan penulis hingga mampu menyelesaikan tugas akhir.

10. Doni, Romi, Kick, Jingga, Daniel, Dayat, dan 5 Pemuda, yang selalu memberikan dukungan moral, dan membangkitkan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis dan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan sumber daya. Maka dari itu penulis sangat terbuka untuk menerima saran, masukan, bahkan kritik dalam bentuk apapun dari semua pihak. Penulis memohon maaf apabila di dalam tesis ini masih ada kelemahan dan kekurangan di berbagai sisi. Semoga hasil penelitian di tesis ini dapat memberikan manfaat serta pengetahuan untuk kita semua.



Jakarta, Maret 2023

Satria Ramadhan Syahbirin

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Batasan Masalah	15
1.6 Kontribusi Penelitian	15
BAB II	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Kajian Pustaka	17
2.1.1 Pengertian Pemasaran	17
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.3 Pengalaman pelanggan.....	18
2.1.4 Citra Merek	28
2.1.5. Kepuasan Pelanggan	31
2.1.6. Loyalitas Pelanggan.....	36

2.2 Penelitian Terdahulu	48
2.3 Kerangka Pemikiran.....	58
2.4 Hipotesis	60
2.4.1 Pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan	60
2.4.2 Pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan	60
2.4.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan	61
BAB III.....	62
METODE PENELITIAN	62
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	62
3.2 Jenis Penelitian.....	62
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	63
3.3.1. Citra Merek	63
3.3.2 Pengalaman Pelanggan	63
3.3.3 Kepuasan Pelanggan	64
3.3.4 Loyalitas Pelanggan.....	64
3.4 Operasional Variabel	65
3.5 Populasi.....	67
3.6 Sampel.....	67
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	68
3.8 Metode Analisis Data.....	70
3.8.1 Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	71
3.8.2 Uji Model Struktural atau <i>Inner model</i>	74
3.9 Pengujian Hipotesis	77
BAB IV	78
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	78
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	78
4.2 Analisis Karakteristik Responden.....	82
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin (<i>Gender</i>)	82
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	83
4.3 Deskripsi Variabel	83

4.3.1 Deskripsi Variabel Pengalaman Pelanggan (X1).....	83
4.3.2 Deskripsi Variabel Citra Merek (X2).....	86
4.3.3 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)	88
4.3.4 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	89
4.4 Hasil Analisis Partial Least Square.....	91
4.4.1 Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	92
4.4.2 Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	103
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	111
4.5.1 Analisis Variabel pengalaman pelanggan terhadap kepuasan. 111 pelanggan (H1).....	111
4.5.2 Analisis Variabel Pengaruh citra merek terhadap kepuasan ... 114 Pelanggan (H2).....	114
4.5.3 Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (H3).....	116
BAB V	119
KESIMPULAN DAN SARAN	119
5.1 Kesimpulan	119
5.2 Saran	120
5.3 Implikasi Manajerial.....	120
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN.....	130

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peringkat 10 Besar <i>E-Commerce</i> Indonesia.....	5
Tabel 1.2 Jumlah Penggunaan Lazada	6
Tabel 1.3 Faktor-faktor Penentu Loyalitas Pelanggan.....	8
Tabel 1.4 <i>Form</i> Kuisisioner hasil Survey Pra Penelitian.....	10
Tabel 1.5 Hasil Pengolahan Data Survei Pra Penelitian	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	48
Tabel 3.1 Variabel Operasional Penelitian.....	65
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	65
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	82
Tabel 4.3 Analisa Jawaban Responden Terhadap Pengalaman Pelanggan (X1)..	82
Tabel 4.4 Analisa Jawaban Responden Terhadap Citra Merek (X2).....	82
Tabel 4.5 Analisa Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	82
Tabel 4.6 Analisa Jawaban Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan (Z)	82
Tabel 4.7 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	82
Tabel 4.8 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> Modifikasi	82
Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell-Lacker Criterion)</i>	82
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Heterotrait-Monotriat Ratio Of Correlations</i>	82
Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	82
Tabel 4.12 Hasil Pengujian <i>Collinierity Statistics</i>	82
Tabel 4.13 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i>	82

Tabel 4.14 Hasil Pengujian AVE (<i>Average Variance Extracted</i>).....	100
Tabel 4.15 Hasil Pengujian <i>Validity</i> dan <i>Reability Construct</i>	101
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>R-Square</i>	102
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>F-Square</i>	102
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Redudansi Validasi-Silang Konstruk.....	102
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis	102



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Tingkat Pengangguran Terbuka di Indonesia Selama Pandemi Covid-19.....	3
Gambar 1.2 Perubahan Pengguna <i>E-Commerce</i> 2017-2023.....	6
Gambar 2.1 Analisis Perusahaan Lazada untuk Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan sebagai Intervening dalam pandemi covid-19.....	59
Gambar 4.1 <i>Path Diagram Outer Model</i>	92
Gambar 4.2 Hasil Algoritma <i>SmartPLS</i> 4 (Modifikasi).....	94



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pernyataan Kuisisioner.....	127
Lampiran 2 Responden Kuisisioner.....	130
Lampiran 3 Hasil Pengujian Hipotesa <i>Smart PLS 4</i>	132

