



PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *E-CUSTOMER SATISFACTION* PADA GENERASI MILENIAL PENGGUNA *ONLINE TRAVEL AGENT*

TESIS

Mandala Paramadamara Pranata

55119120013

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



PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *E-CUSTOMER SATISFACTION* PADA GENERASI MILENIAL PENGGUNA *ONLINE TRAVEL AGENT*

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Mandala Paramadamara Pranata
55119120013

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

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Customer Experience* Terhadap
E-Customer Loyalty Melalui *E-Customer Satisfaction* Pada
Generasi Milenial Pengguna *Online Travel Agent*

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Mandala Paramadamara Pranata

NIM : 55119120013

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 14 Februari 2023

Mengesahkan

Pembimbing

(Dr. Yanto Ramli, MM)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si)



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Customer Experience* Terhadap *E-Customer Loyalty* Melalui *E-Customer Satisfaction* Pada Generasi Milenial Pengguna *Online Travel Agent*

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Mandala Paramadamara Pranata

NIM : 55119120013

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 14 Februari 2023

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis 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, 14 Februari 2023



Mandala Paramadamara Pranata

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Mandala Paramadamara Pranata
NIM : 55119120013
Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul

“Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Experience Terhadap E-Customer Loyalty Melalui E-Customer Satisfaction Pada Generasi Milenial Pengguna Online Travel Agent”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 16/02/2023, didapatkan nilai persentase sebesar 28%.

Jakarta, 16 Februari 2023

Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BLIANA



Arie Pangudi, A.Md

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of E-Service Quality and Customer Experience on E-Customer Loyalty through E-Customer Satisfaction Millennial Generation of Online Travel Agent Users in DKI Jakarta. This study uses SEM data analysis techniques and data processing using PLS. The population in this study is the millennial generation who live in DKI Jakarta with a sample 210 respondents. The sampling technique uses a purposive sampling technique. The results showed that variables E-Service Quality and Customer Experience have a positive and significant effect on E-Customer Satisfaction and E-Customer Loyalty, E-Customer Satisfaction has a positive and significant effect on E-Customer Loyalty, as well as E-Service Quality and Customer Experience have a positive and significant effect on E-Customer Loyalty through E-Customer Satisfaction.

Keywords: E-Service Quality, Customer Experience, E-Customer Satisfaction, E-Customer Loyalty, Online Travel Agent



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Customer Experience* Terhadap *E-Customer Loyalty* Melalui *E-Customer Satisfaction* Pada Generasi Milenial Pengguna *Online Travel Agent* di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data SEM dengan pengolahan data menggunakan PLS. Populasi pada penelitian ini yaitu generasi milenial yang berdomisili di DKI Jakarta dengan sampel 210. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *E-Service Quality* dan *Customer Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Customer Satisfaction* dan *E-Customer Loyalty*, *E-Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Customer Loyalty*, serta *E-Service Quality* dan *Customer Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Customer Loyalty* melalui *E-Customer Satisfaction*.

Kata Kunci: *E-Service Quality*, *Customer Experience*, *E-Customer Satisfaction*, *E-Customer Loyalty*, *Online Travel Agent*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul “Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Customer Experience* Terhadap *E-Customer Loyalty* Melalui *E-Customer Satisfaction* Pada Generasi Milenial Pengguna *Online Travel Agent*”. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Dr. Yanto Ramli, MM, selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesainya Tesis ini. Penyusunan Tesis ini juga tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Andriansyah. M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM, selaku Ketua Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Agus Arijanto, SE., MM, selaku ketua penguji ujian akhir Tesis, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan Tesis ini.
5. Dr. Andyan Pradipta Utama, SE., MM, selaku dosen penguji ujian akhir Tesis, yang telah memberikan masukan dan saran agar Tesis ini menjadi lebih baik.
6. Dr. Syafrizal Chan, SE., M.Si, selaku dosen penguji Seminar Proposal dan Dr. Aldina Shiratina, SE., M.Si, selaku dosen penguji Seminar Hasil yang telah memberikan masukan dan saran untuk perbaikan Tesis ini.

7. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Tesis ini.
8. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 14 Februari 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mandala Paramadamara Pranata

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian.....	15
1.3. Tujuan Penelitian	16
1.4. Kontribusi Penelitian	17
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Teoritis	18
2.1.1. Manajemen Pemasaran	18
2.1.2. <i>E-Service Quality</i>	19
2.1.3. <i>Customer Experience</i>	23
2.1.4. <i>E-Customer Satisfaction</i>	26
2.1.5. <i>E-Customer Loyalty</i>	31
2.2. Penelitian Terdahulu	35
2.3. Pengembangan Hipotesis	40
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian	48

3.2.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	48
3.2.1.	Definisi Variabel.....	48
3.2.2.	Operasionalisasi Variabel	49
3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian	51
3.3.1.	Populasi Penelitian.....	51
3.3.2.	Sampel Penelitian.....	52
3.4.	Metode Pengumpulan Data.....	53
3.5.	Metode Analisis Data.....	55
3.5.1.	Analisis Deskriptif	55
3.5.2.	Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	55

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
4.2.	Statistik Deskriptif.....	61
4.2.1.	Karakteristik Responden	61
4.2.2.	Deskripsi Variabel.....	65
4.3.	Hasil Analisa Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	69
4.3.1.	Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	70
4.3.2.	Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	75
4.4.	Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	77
4.5.	Pembahasan Hasil Penelitian	79

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Simpulan	87
5.2.	Saran	88
5.2.1.	Saran Teoritis	89
5.2.2.	Saran Praktis	89

DAFTAR PUSTAKA	91
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	99
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. <i>Online Travel Agent</i>	4
Tabel 1.2. Fitur Layanan <i>Online Travel Agent</i>	5
Tabel 1.3. Hasil Pra Survei Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>E-Customer Loyalty</i> Pengguna <i>Online Travel Agent</i>	13
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1. Operasional Variabel.....	50
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi.....	61
Tabel 4.2. Nilai Konversi <i>Mean</i>	65
Tabel 4.3. Hasil Distribusi Variabel <i>E-Service Quality</i>	65
Tabel 4.4. Hasil Distribusi Variabel <i>Customer Experience</i>	67
Tabel 4.5. Hasil Distribusi Variabel <i>E-Customer Satisfaction</i>	68
Tabel 4.6. Hasil Distribusi Variabel <i>E-Customer Loyalty</i>	69
Tabel 4.7. Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	71
Tabel 4.8. Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	72
Tabel 4.9. Hasil Uji <i>Fornell-Lacker Criterion</i>	73
Tabel 4.10. Hasil Uji <i>Cross Loading</i>	73
Tabel 4.11. Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	75
Tabel 4.12. Hasil Uji Nilai <i>R-Square (R²)</i>	76
Tabel 4.13. Hasil Uji <i>Predictive Relevance</i>	76
Tabel 4.14. Hasil Uji Hipotesis	78

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Penetrasi Pengguna Internet 2019-2020 (Q2).....	2
Gambar 1.2. Total Pengguna <i>Online Travel Agent</i>	5
Gambar 1.3. Hasil <i>Quick Survey</i>	13
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	46
Gambar 4.1. Analisis <i>Outer Model</i>	70
Gambar 4.2. Hasil uji <i>Bootstrapping</i>	79



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 2. Hasil Kuesioner Penelitian	104
Lampiran 3. Hasil Olah Data SmartPLS	125
Lampiran 4. Hasil <i>Similarity Check</i> Turnitin.....	130



UNIVERSITAS
MERCU BUANA