

ABSTRAK

Siska Dayanti Hariyanto :

Skripsi

Pengaruh *Service Convenience* Terhadap *Repurchase Intention* Yang Dimediasi Oleh *Customer Satisfaction* Pada Usaha Zalora

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *service convenience* terhadap *repurchase intention* yang dimediasi oleh *customer satisfaction* pada obyek penelitian konsumen *e commerce* Zalora. Data penelitian diperoleh dari pengisian angket oleh 104 orang responden. Data penelitian yang diperoleh diolah menggunakan konstruk penelitian Structural Equation Modeling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service convenience* berpengaruh terhadap *repurchase intention*, *service convenience* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *repurchase intention*. Hasil penelitian juga menunjukkan terdapat efek mediasi dari variabel *customer satisfaction*.

Kata Kunci: *service convenience*, *customer satisfaction*, *repurchase intention*

ABSTRACT

Siska Dayanti Hariyanto :

Thesis

The Influence Of Service Convenience To Repurchase Intention Mediated By Customer Satisfaction On Zalora.

This study aims to determine the effect of service convenience on repurchase intention mediated by customer satisfaction on Zalora's e-commerce consumer research object. Research data obtained from filling out a questionnaire by 104 respondents. The research data obtained were processed using the research construct of Structural Equation Modeling. The results showed that service convenience had an effect on repurchase intention, service convenience had an effect on customer satisfaction, and customer satisfaction had an effect on repurchase intention. The results also show that there is a mediating effect of the customer satisfaction variable.

Keywords: *service convenience*, *customer satisfaction*, *repurchase intention*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
2. LANDASAN TEORI	6
2.1 <i>Service Convenience</i>	6
2.1.1 Definisi <i>E-Service Convenience</i>	6
2.1.2 Indikator <i>E-Service Convenience</i>	6
2.2 <i>Customer Satisfaction</i>	7
2.2.1 Definisi <i>Customer Satisfaction</i>	7
2.2.2 Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	7
2.3 <i>Repurchase Intention</i>	7
2.3.1 Definisi <i>Repurchase Intention</i>	7
2.3.2 Indikator <i>Repurchase Intention</i>	7
2.4 Hubungan antar Konsep	8
2.4.2 Pengaruh <i>E-Service Convenience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	8
2.4.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	8
2.4.3 Pengaruh <i>Service Convenience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	8
2.4.4 Pengaruh Mediasi dari <i>Customer Satisfaction</i> terhadap Hubungan antara <i>Service Convenience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	9
2.5 Kerangka Pemikiran	10
3. METODOLOGI PENELITIAN	11
3.1 Jenis Penelitian	11

3.2 Populasi dan Sampel.....	11
3.2.1 Jumlah Sampel.....	11
3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	11
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	11
3.4 Definisi Operasional Penelitian.....	12
3.4.2 Variabel Eksogen	12
3.4.3 Variabel <i>Endogen Intervening</i>	13
3.4.3 Variabel <i>Endogen</i>	14
3.6 Teknik Analisis Data	14
3.6.1 Analisis Deskriptif	14
3.6.2 <i>Partial Least Square (PLS)</i>	15
3.6.3 Evaluasi <i>Outer Model</i>	15
3.6.4 Evaluasi <i>Inner Model</i>	16
3.6.5 Uji Hipotesis.....	16
4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	17
4.1 Profil Zalora	17
4.2 Hasil Penelitian	17
4.2.1 Profil Responden	17
4.2.2 Analisa Deskriptif	18
4.2.3 Analisis Model PLS	21
4.3 Pembahasan	25
4.3.1 Pengaruh <i>E-Service Convenience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	25
4.3.2 Pengaruh <i>E-Service Convenience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	25
4.3.3 Pengaruh <i>E-Service Convenience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	26
4.3.4 Pengaruh Mediasi <i>Customer Satisfaction</i>	26
5. PENUTUP	28
5.1 Kesimpulan	28
5.2 Saran	28
Daftar Pustaka	30
LAMPIRAN	31
LAMPIRAN 2 – HASIL PENELITIAN.....	34

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pemikiran	10
4.2 <i>Outer Model</i>	21
4.3 <i>Inner Model</i>	23

DAFTAR TABEL

4.2 Usia	17
4.3 Pendapatan per bulan	17
4.3 Pengeluaran per bulan untuk membeli produk <i>fashion</i> di Zalora	18
4.4 Hasil Mean <i>Service Convenience</i>	18
4.5 Hasil Mean <i>Customer Satisfaction</i>	19
4.6 Hasil Mean <i>Repurchase Intention</i>	20
4.7 Hasil Uji Validitas <i>Outer Model</i>	33
4.8 Uji Reliabilitas	34
4.9 Hasil Uji <i>R-square</i> (R^2)	35
4.20 Koefisien <i>Path</i> , <i>Standart Error</i> , dan <i>T-Statistic</i>	36
4.21 Pengaruh Tidak Langsung	37

DAFTAR LAMPIRAN

Angket	29
--------------	----