

**PERAN *SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE*
TERHADAP *WORD OF MOUTH* PADA PENGGUNA
APLIKASI *E-COMMERCE***

Noverio Irawan

1708820042



**Tesis ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Magister Manajemen**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2022

**THE ROLE OF SERVICE QUALITY AND PERCEIVED
VALUE ON WORD OF MOUTH FOR E-COMMERCE
APPLICATIONS USERS**

Noverio Irawan

1708820042



**The Thesis is submitted as part of requirements to be awarded
the degree in Master of Management**

MASTER OF MANAGEMENT STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMIC

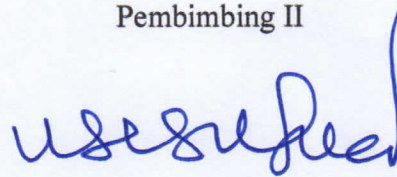
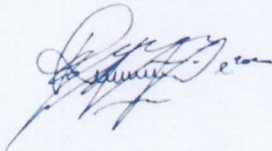
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2022

**PERSETUJUAN PANITIA UJIAN DIPERSYARATKAN UNTUK
YUDISIUM MAGISTER**

Pembimbing I

Pembimbing II



Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M

Prof. Usep Suhud, M.Si., PhD

Tanggal : 3 Agustus 2022

Tanggal : 5 Agustus 2022

NAMA

TANDA TANGAN

TANGGAL

Dr. Ari Saptono, M.Pd
(Dekan FE)



05-08-2022

Dr. Agung W Handaru ST, MM
(Ketua Prodi)



04-08-2022

Nama : Noverio Irawan

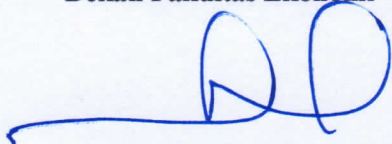
No. Registrasi : 1708820042

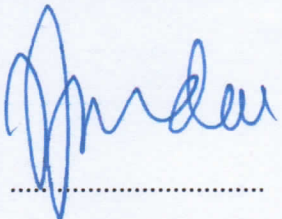

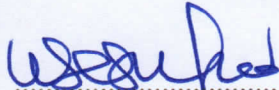


Tanggal Lulus : 21 Juli 2022

1. Dekan Program Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
2. Koordinator Prodi Magister Manajemen Program Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd
NIP : 197207152001121001

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Agung Wahyu Handaru, ST.,MM NIP : 197811272006041001	Ketua		04-08-2022
2	Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M NIP: 197206272006041001	Pembimbing 1		03-08-2022
3	Prof. Usep Suhud, M.Si., PhD NIP : 197002122008121001	Pembimbing 2		05-08-2022
4	Christian Wiradendi Wolor, SE, MM NIP. 199110182019031014	Penguji 1		03-08-2022
5	Dr. Gatot Nazir Ahmad, M.Si NIP. 197205062006041002	Penguji 2		04-08-2022

Nama : Noverio Irawan
Noreg : 1708820042
Konsentrasi : Pemasaran
Tanggal Lulus : 21 Juli 2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tesis ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik Magister, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Tesis ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 17 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan



Noverio Irawan

NIM: 1708820042

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam penggunaan Shopee. Penelitian ini menggunakan variabel *service quality*, *perceived value*, *satisfaction*, *trust*, *loyalty* dan *WOM*. Kuesioner telah dikembangkan dan disebarakan kepada 464 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner dengan cara membagikan pertanyaan kuesioner melalui Microsoft Office 365. Data dianalisis menggunakan *Exploratory Factor Analysis* (EFA) dengan menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) dan bantuan program AMOS 26.0 Hasil penelitian menunjukkan empat hipotesis diterima, sedangkan tiga lainnya ditolak. Hipotesis pertama diterima yaitu *service quality* berpengaruh langsung dan signifikan terhadap *satisfaction*. Hipotesis kedua diterima, *service quality* berpengaruh langsung signifikan terhadap *trust*. Hipotesis ketiga ditolak, *perceived value* tidak berpengaruh signifikan terhadap *trust*. Hipotesis keempat diterima, *perceived value* berpengaruh langsung signifikan terhadap *loyalty*. Hipotesis kelima ditolak, *satisfaction* tidak berpengaruh signifikan terhadap *WOM*. Hipotesis keenam ditolak, *trust* tidak berpengaruh signifikan terhadap *WOM*. Hipotesis ketujuh diterima, *loyalty* berpengaruh langsung dan signifikan terhadap *WOM*.

Keywords : *service quality*, *perceived value*, *satisfaction*, *trust*, *loyalty*, *WOM*

ABSTRACT

The purpose of the study is to determine and analyze the factors that influence a person to decide to use Shopee. The study used service quality, perceived value, satisfaction, trust, loyalty and WOM. Questionnaires were developed and distributed to 464 respondents. The sampling technique used in this study was non probability sampling and purposive sampling. Data collection was done using the questionnaire method by sharing questionnaire questions through Microsoft office 365. Data were analyzed using Exploratory Factor Analysis (EFA) using the Structural Equation Modelling (SEM) method and with the help of the AMOS 26.0 program. The results showed four accepted hypotheses, while the other three were rejected. The first hypothesis is accepted, namely that service quality has a direct and significant effect on satisfaction. The second hypothesis is accepted, service quality has a significant direct effect on trust. The third hypothesis is rejected, perceived value does not have a significant direct effect on trust. The fourth hypothesis is accepted, perceived value has a direct and significant effect on loyalty. The fifth hypothesis is rejected, satisfaction does not have a significant direct effect on WOM. The sixth hypothesis is rejected, trust does not have a significant effect on WOM. The seventh hypothesis is accepted, loyalty has a significant effect on WOM.

Keywords : service quality, perceived value, satisfaction, trust, loyalty, WOM

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia – Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul “Peran *Service Quality* dan *Perceived Value* terhadap *Word of Mouth* pada Pengguna Aplikasi *E-Commerce*”.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan secara moril. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayah dan Ibu serta adik penulis yang telah memberikan dukungan segala bantuannya baik moril maupun material dan do'a yang luar biasa sehingga sampai di titik ini.
2. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Agung Wahyu Handaru, S.T., M.M. selaku ketua Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
4. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M selaku dosen pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran serta bimbingan selama menyusun tesis ini.
5. Prof. Usep Suhud M.Si Ph.D selaku dosen pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran serta bimbingan selama penyusunan tesis ini.

6. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmu selama menempuh Pendidikan di Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
7. Seluruh staf Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu, melayani dan menginformasikan kegiatan selama proses perkuliahan dan tesis.
8. Teman-teman kelas reguler angkatan XVII dan teman-teman konsentrasi marketing eksekutif angkatan XVII untuk semangat dan dukungannya yang diberikan selama ini.
9. Serta pihak – pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata peneliti sangat menyadari bahwa kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Maka segala kritik dan saran yang membangun akan selalu penulis terima dengan senang hati guna perbaikan kedepannya. Semoga karya ini dapat menjadi sumbangan bagi institusi secara teoritis maupun praktis.

Jakarta, 17 Agustus 2022



Noverio Irawan