

**PENGARUH *E-COMMERCE STRATEGY*, *SERVICE PERFORMANCE* DAN KEPUASAN SEBAGAI *MODERATING VARIABLE* TERHADAP LOYALITAS NASABAH
(Studi Pada Bank BRI Kantor Cabang Purwokerto)**



SKRIPSI

**VERLY KURNIANTO
1602010239**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2020**

**PENGARUH *E-COMMERCE STRATEGY*, *SERVICE PERFORMANCE* DAN KEPUASAN SEBAGAI *MODERATING VARIABLE* TERHADAP LOYALITAS NASABAH
(Studi Pada Bank BRI Kantor Cabang Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

VERLY KURNIANTO
1602010239

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2020

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH *E-COMMERCE STRATEGY*, *SERVICE PERFORMANCE* DAN KEPUASAN SEBAGAI *MODERATING VARIABLE* TERHADAP LOYALITAS NASABAH
(Studi Pada Bank BRI Kantor Cabang Purwokerto)



SKRIPSI

Oleh:
VERLY KURNIANTO
1602010239

Diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing



Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si

NIK. 2160128

BALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Verly Kurnianto
NIM : 1602010239
Program Studi : Manajemen SI
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh E-Commerce Strategy, Service Performance Dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BRI Kantor Cabang Purwokerto)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGLIJI

Ketua : Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si
Anggota 1 : M. Agung Miftahuddin, S.E, M.Si
Anggota 2 : Ika Yustina Rahmawati, S.E, M.Sc.

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 29 Januari 2020

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Ahmad Darmawan, S.E, M.Si.

NIM. 2160148

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Verly Kurnianto
NIM : 1602010239
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia memeringgungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 29 Januari 2020

Yang membuat pernyataan



Verly Kurnianto

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Verly Kurnianto
NIM : 1602010239
Program Studi : Manajemen SI
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH *E-COMMERCE STRATEGY*, *SERVICE PERFORMANCE*
DAN KEPUASAN SEBAGAI *MODERATING VARIABLE*
TERHADAP LOYALITAS NASABAH
(Studi Pada Bank BRI Kantor Cabang Purwokerto)**

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihinformasikan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 29 Januari 2020
Yang menyatakan,



Verly Kurnianto

MOTTO

“Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu, tetapi jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka pasti azab-Ku sangat berat”

(QS.Ibrahim 14:7)

“Barang siapa yang keluar untuk mencari ilmu maka ia berada di jalan Allah hingga ia pulang”

(HR. Turmudzi)

“Orang tua adalah pintu surga yang paling tengah. Jika engkau ingin maka sia-siakanlah pintu itu atau jagalah ia”

(HR. Turmudzi dan Ibnu Majah)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua Orangtua saya, Bapak Karsidi dan Ibu Masinah sebagai kewajiban seorang anak memberikan cinta dan kasih sayang dan terimakasih yang tak terhingga atas segala doa yang terpanjatkan, yang memperlancar semua langkahku, yang telah berkorban harta, waktu, serta keringat atas keringat kerja kerasnya dan selalu memberikan motivasi demi anak-anaknya supaya selalu bahagia.

Serta untuk Kakaku Kukuh Masdianto dan Adikku Bagas Adhy Satriyo yang selalu memberikan semangat dan motivasi.

Semoga Allah SWT senantiasa melindungi, melimpahkan kesehatan dan keberkahan kepada kita.

Aamiin.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobbil'alamiin segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *E-COMMERCE STRATEGY, SERVICE PERFORMANCE* DAN KEPUASAN SEBAGAI *MODERATING VARIABLE* TERHADAP LOYALITAS NASABAH (Studi Pada Bank BRI Kantor Cabang Purwokerto)”. Oleh karena itu maka pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibu Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si yang telah berkenan membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.**

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada yang terhormat Bapak M. Agung Miftahuddin, S.E, M.Si dan Ibu Ika Yustina Rahmawati, S.E, M.Sc, selaku penguji. Selain kepada para beliau tersebut, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Dr. Anjar Nugroho, M.S.I., M.H.I.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Akhmad Darmawan, S.E., M.Si.
3. Ibu Wida Purwidiyanti, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan mendidik saya dari awal perkuliahan hingga sekarang.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah membimbing, mengajar, serta memberikan ilmu dan pengetahuan selama menjadi mahasiswa, serta seluruh staf dan karyawan yang membantu dalam kelancaran proses belajar dan mengajar.
5. Kedua orangtua saya Bapak Karsidi dan Ibu Masinah terima kasih untuk semua doa restu, kasih sayang, materi, kesabaran, semangat setiap hari, terima kasih telah merawat, menyayangi dan memperhatikan hingga sekarang.
6. Kakak saya Kukuh Masdianto dan adik saya Bagas Adhy Satriyo yang selalu mengingatkan dan memberi semangat untuk menyelesaikan penelitian ini.
7. Keponakan saya Shazfa Ashalina Ifantri yang selalu memberi semangat untuk menyelesaikan penelitian ini.

8. Bapak Darno yang selalu memberi semangat dan dukungan saya untuk menyelesaikan penelitian ini.
9. Sahabat-sahabat saya: Sephia Pratiwi, Ayu Zahadie, Muhtadin, Juang Fernando, Agung Setiawan, Saikino, Thegar mosidoko, Danu Pangestu, Dimas Wiehksono, Dedy setyawan, Riki Kelsa, Sunno Halim Machandra, Erik Harun yang selalu menyemangati.
10. Keluarga KKN Reguler 2019 Kelompok 75 Desa Kebondalem Kec. Barung Kab. Banjarnegara yaitu Galuh, Eva, Rindy, Dita, Freta, Fatris, Fajar, Umi dan Azzah.
11. Teman-teman Ibu Kost yang selalu membantu, memberi semangat dan menghibur selama masa kuliah.
12. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen S1 Angkatan 2016 khususnya Manajemen 2016 kelas D yang terbaik.
13. Teman-teman Konsentrasi Pemasaran angkatan 2016 yang selalu membantu.
14. Dan pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, segala kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa mendatang. Semoga Allah SWT yang akan melimpahkan rahmat Nya kepada mereka.

Purwokerto, 29 Januari 2020



Verly kurnianto

**PENGARUH *E-COMMERCE STRATEGY, SERVICE PERFORMANCE*
DAN KEPUASAN SEBAGAI *MODERATING VARIABLE* TERHADAP
LOYALITAS NASABAH
(Studi Pada Bank BRI Kantor Cabang Purwokerto)**

Verly Kurnianto¹

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
kurniantoverly45@gmail.com

Tri Septin Muji Rahayu²

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
septinharyanto@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-commerce strategy*, *service performance* dan kepuasan sebagai *moderating variable* terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Kantor Cabang Purwokerto. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *e-commerce strategy*, *service performance* dan kepuasan nasabah sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *purposive sampling* sedangkan sampelnya menggunakan 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan secara parsial *e-commerce strategy* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah sedangkan *service performance* berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian kepuasan nasabah mampu memoderasi dan signifikan hubungan antara *e-commerce strategy* dan *service performance* terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci: *E-Commerce Strategy*, *Service Performance*, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah.

**EFFECT OF E-COMMERCE STRATEGY, SERVICE PERFORMANCE
AND SATISFACTION AS VARIABLE MODERATING OF CUSTOMER
LOYALTY**

(Study at BRI Bank Purwokerto Branch Office)

Verly Kurnianto¹

Management Study Program
Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University Purwokerto
kurniantoverly45@gmail.com

Tri Septin Muji Rahayu²

Management Study Program
Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University Purwokerto
Septinharyanto@gmail.com

This study aims to determine the effect of e-commerce strategy, service performance and satisfaction as a moderating variable on customer loyalty Bank BRI Purwokerto Branch Office. The independent variable in this study is e-commerce strategy, service performance and customer satisfaction while the dependent variable in this study is customer loyalty. The data collection technique used was purposive sampling while the sample used 100 respondents. Data analysis techniques in this study used multiple linear regression analysis. Based on the results of the analysis partially, e-commerce strategy has no significant effect on customer loyalty while service performance has a significant effect on customer loyalty. The results of satisfaction moderation research are able to moderate and significant the relationship between e-commerce strategy and service performance on customer loyalty.

Keywords: E-Commerce Strategy, Service Performance, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A.. Latar Belakang.....	1
B.. Rumusan Masalah.....	6
C.. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A... Landasan Teori.....	8
1... Perilaku konsumen.....	8
2... <i>E-Commerce Strategy</i>	9
3... <i>Service Performance</i>	11
4... Kepuasan.....	13
5... Loyalitas.....	15
B... Hasil Penelitian Terdahulu.....	16
C... Kerangka Pemikiran.....	21
D... Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A... Jenis Penelitian.....	26
B... Populasi dan Sampel.....	26
1... Populasi.....	26
2... Sampel.....	27
C... Metode Pengumpulan Data.....	28
1... Kuesioner.....	28
D... Instrumen Penelitian.....	28
E... Variabel Penelitian.....	29
F... Definisi Operasional.....	31
G... Metode Analisis Data.....	33
1... Uji Instrumen.....	33

a.... Uji Validitas.....	33
b... Uji Reliabilitas.....	34
2... Uji Asumsi Klasik.....	34
a.... Uji Normalitas Data.....	34
b... Uji Multikolonieritas.....	35
c.... Uji Heterokedastisitas.....	36
3... Uji Hipotesis.....	37
a.... Analisis Regresi Linear.....	37
b... Koefisien determinasi (R^2).....	38
c.... Uji F.....	39
d... Uji t.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
A... Hasil Penelitian.....	45
1... Gambaran Umum.....	45
2... <i>Response Rate</i>	46
3... Karakteristik Responden.....	47
4... Metode Analisis Data.....	49
1... Uji Instrumen.....	49
a.... Uji Validitas.....	49
b... Uji Reliabilitas.....	54
2... Uji Asumsi Klasik.....	55
a.... Uji Normalitas.....	55
b... Uji Multikolonieritas.....	56
c.... Uji Heteroskedastisitas.....	58
3... Uji Hipotesis.....	60
a.... Analisis Linear Variabel Berganda.....	60
b... Koefisien dterminasi (R^2).....	64
c.... Uji F.....	66
d... Uji t.....	67
B... Pembahasan.....	72
BAB V PENUTUP.....	80
A... Kesimpulan.....	80
B... Keterbatasan Penelitian.....	80
C... Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
DAFTAR LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1	Definisi Operasional.....	31
Tabel 4.1	<i>Response Rate</i>	47
Tabel 4.2	Deskripsi Responden.....	48
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas <i>E-Commerce Strategy</i>	50
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas <i>Service Performance</i>	51
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah.....	52
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah.....	53
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas.....	56
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	59
Tabel 4.11	Hasil Uji Analisis Linear Tahap I.....	60
Tabel 4.12	Hasil Uji Analisis Linear Tahap II.....	61
Tabel 4.13	Hasil Uji Analisis Linear Tahap III.....	63
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Tahap I.....	64
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Tahap II.....	65
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Tahap III.....	65
Tabel 4.17	Hasil Uji F.....	66
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Hipotesis.....	71
Tabel 4.19	Nilai Rata-rata Butir Pernyataan <i>e-commerce strategy</i>	72
Tabel 4.20	Nilai Rata-rata Butir Pernyataan <i>service performance</i>	74
Tabel 4.21	Nilai Rata-rata Butir Pernyataan kepuasan nasabah.....	76
Tabel 4.22	Nilai Rata-rata Butir Pernyataan loyalitas nasabah.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	39
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Pertama.....	41
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Kedua.....	42
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	43
Gambar 3.5 Kurva Uji t Hipotesis Keempat.....	44
Gambar 4.1 Kurva Hasil Uji F.....	67
Gambar 4.2 Kurva Hasil Uji t Hipotesis Pertama.....	68
Gambar 4.3 Kurva Hasil Uji t Hipotesis Kedua.....	69
Gambar 4.4 Kurva Hasil Uji t Hipotesis Ketiga.....	70
Gambar 4.5 Kurva Hasil Uji t Hipotesis Keempat.....	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 2 Data Responden.....	93
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	98
Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen.....	110
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	115
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis.....	117
Lampiran 7 Surat Izin Penelitian.....	119

