

TUGAS AKHIR

**PENGARUH *USER EXPERIENCE* DAN *CONSUMER-BASED BRAND EQUITY* TERHADAP LOYALITAS
PENGGUNA APLIKASI SHOPEE**



**HOIRIYAH
NIM.18103107**

**PROGRAM STUDI S1 SISTEM INFORMASI
FAKULTAS INFORMATIKA
INSTITUT TEKNOLOGI TELKOM PURWOKERTO**

2022

TUGAS AKHIR

**PENGARUH *USER EXPERIENCE* DAN *CONSUMER-BASED BRAND EQUITY* TERHADAP LOYALITAS
PENGGUNA APLIKASI SHOPEE**

***THE EFFECT OF USER EXPERIENCE AND
CONSUMER-BASED BRAND EQUITY ON USER
LOYALTY OF SHOPEE APPLICATIONS***

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Komputer



**HOIRYAH
NIM.18103107**

**PROGRAM STUDI S1 SISTEM INFORMASI
FAKULTAS INFORMATIKA
INSTITUT TEKNOLOGI TELKOM PURWOKERTO
2022**

Lembar Pengesahan Pembimbing

**PENGARUH USER EXPERIENCE DAN CONSUMER-
BASED BRAND EQUITY TERHADAP LOYALITAS
PENGGUNA APLIKASI SHOPEE**

**THE EFFECT OF USER EXPERIENCE AND
CONSUMER-BASED BRAND EQUITY ON USER
LOYALTY OF SHOPEE APPLICATIONS**

Dipersiapkan dan Disusun Oleh

HOIRIYAH

18103107

Telah Diujikan dan Dipertahankan dalam Sidang Ujian Tugas Akhir

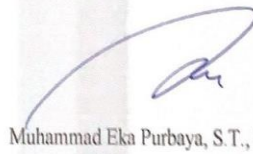
Pada 28 Juli 2022

Pembimbing I,

Pembimbing II,

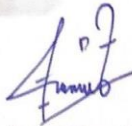


Darmansah, S.Kom., M.Kom
NIDN.0607019401



Muhammad Eka Purbaya, S.T., M.Eng
NIDN. 0627069203

Tugas Akhir ini di terima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Ketua Program Studi Sistem Informasi,



Dwi Mustika K, S.Kom., M.Kom
NIDN. 0617019102

Lembar Penetapan Penguji

PENGARUH USER EXPERIENCE DAN CONSUMER-BASED BRAND EQUITY TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI SHOPEE

THE EFFECT OF USER EXPERIENCE AND CONSUMER-BASED BRAND EQUITY ON USER LOYALTY OF SHOPEE APPLICATIONS

Dipersiapkan dan Disusun Oleh

HOIRIYAH
18103107

Tugas Akhir Telah Diuji dan Dinilai Panitia Penguji
Program Studi S1 Sistem Informasi
Fakultas Informatika
Institut Teknologi Telkom Purwokerto
Pada 28 Juli 2022

Ketua Penguji ,

(Dr. Ridwan Pandiya., S.Si., M.Sc.)

NIDN. 0625088202

Anggota Penguji I,

Anggota Penguji II,

Anggota Penguji III,

(Dr. Ridwan Pandiya.,
S.Si., M.Sc.)

NIDN. 0625088202

(Dwi Januarita AK.,
S.T., M.Kom.)

NIDN. 0622017801

(Dwi Mustika K,
S.Kom., M.Kom.)

NIDN. 0617019102

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama Mahasiswa : Hoiriyah

NIM : 18103107

Program Studi : S1 Sistem Informasi

Menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul berikut :

PENGARUH USER EXPERIENCE DAN CONSUMER-BASED BRAND EQUITY TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI SHOPEE

Dosen Pembimbing Utama : Darmansah,S.Kom.,M.Kom

Dosen Pembimbing Pendamping : Muhammad Eka Purbaya, S.T., M.Eng

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Institut Teknologi Telkom Purwokerto maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan, dan penelitian Saya Sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Tim Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam daftar pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggungjawab Saya, bukan tanggungjawab Institut Teknologi Telkom Purwokerto.
5. Pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima Sanksi Akademik dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Purwokerto, 22 Juni 2022

Yang Menyatakan,



(Hoiriyah)

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas karuniaNya dan atas segala limpahan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas akhir dengan judul **“PENGARUH USER EXPERIENCE DAN CONSUMER-BASED BRAND EQUITY TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI SHOPEE”** dengan baik sebagai syarat yudisium untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer Starata Satu pada Program Studi Sistem Informasi Fakultas Informatika Institut Teknologi Telkom Purwokerto.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna karena segala keterbatasan yang ada. Demi menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini, penulis sangat membutuhkan dukungan dan sumbangsih pemikiran berupa kritik dan saran yang membangun. Laporan Tugas Akhir ini dipersembahkan untuk kedua orang tua yaitu Taskam dan Eti Nurhaeti yang telah tulus memberikan kasih sayang, cinta, doa, perhatian, dukungan moril dan materil yang selama ini diberikan.

Dalam menyelesaikan penulisan laporan proposal penelitian ini tentunya tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, do'a serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. ALLAH Subhanahu Wa Ta'alla yang telah memberikan ridho dan rahmatNya sehingga Tugas Akhir dapat diselesaikan dengan tepat waktu.
2. Bapak Dr. Arifianto Fahmi, S.T., M.T., IPM selaku Rektor Institut Teknologi Telkom Purwokerto.
3. Bapak Auliya Burhanuddin, S.Si., M.Kom selaku Dekan Fakultas Informatika Institut Teknologi Telkom Purwokerto.
4. Ibu Dwi Mustika K, S.Kom., M.Kom selaku ketua program studi S1 Sistem Informasi.
5. Bapak Darmansah, S.Kom., M.Kom selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan pada saat penyusunan Tugas Akhir.

6. Bapak Muhammad Eka Purbaya, S.T., M.Eng selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan pada saat penyusunan Tugas Akhir.
7. Kedua orang tua yang selalu mendo'akan, memberikan ridho dan dukungan baik secara moral maupun material.
8. Ibu Dwi Januarita AK., S.T., M.Kom selaku Wali Dosen yang telah membimbing dan membantu selama masa kuliah.
9. Keluarga, Sahabat, Teman-teman Sistem Informasi D dan teman-teman mahasiswa Institut Teknologi Telkom Purwokerto yang sudah banyak memberikan dukungan dan saran yang membantu terhadap penelitian ini.
10. Semua pihak yang terlibat tidak dapat di sebutkan satu per satu. Semoga penyusunan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak yang terkait dan menambah wawasan bagi pembaca.
11. *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, for just being me at all times.*

**Purwokerto, 2022,
Yang Menyatakan,**

(Hoiriyah)

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| COVER | i |
| LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING | iii |
| LEMBAR PENETAPAN PENGUJI | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS..... | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| ABSTRAK..... | xv |
| ABSTRACT..... | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.4 Batasan Masalah..... | 5 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 5 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 7 |
| 2.1 Penelitian Sebelumnya | 7 |
| 2.2 Dasar Teori | 27 |
| 2.2.1 Analisis | 27 |
| 2.2.2 Shopee..... | 27 |
| 2.2.3 <i>User Experience</i> | 27 |
| 2.2.4 <i>Consumer-Based Brand Equity</i> | 29 |
| 2.2.5 Loyalitas..... | 32 |
| 2.2.6 <i>Structural Equation Modeling-Partial Last Square (SEM-PLS)</i> | 32 |
| 2.2.7 Aplikasi..... | 42 |
| 2.2.8 Teknik Pengambilan Sampling..... | 42 |
| 2.2.9 Populasi dan <i>Sample</i> | 42 |
| 2.2.10 Analisis Deskriptif | 43 |
| 2.2.11 Skala Likert..... | 45 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 46 |

| | |
|--|-----------|
| 3.1 Subyek dan Obyek Penelitian..... | 46 |
| 3.2 Alat dan Bahan Penelitian | 46 |
| 3.2.1 Alat..... | 46 |
| 3.2.2 Bahan | 46 |
| 3.3 Diagram Alir Penelitian..... | 47 |
| 3.3.1 Identifikasi Masalah..... | 49 |
| 3.3.2 Studi Literatur | 49 |
| 3.3.3 Penyusunan Alat Ukur dengan Metode UX dan CBBE | 50 |
| 3.3.4 Pengumpulan Data Penelitian | 56 |
| 3.3.5 Pengolahan Data Menggunakan Smart-PLS..... | 56 |
| 3.3.6 Hipotesis | 62 |
| 3.3.7 Kesimpulan Berupa Pembahasan Hasil Analisis | 63 |
| BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 63 |
| 4.1 Pertanyaan Saringan | 64 |
| 4.2 Analisis Karakteristik Responden | 65 |
| 4.3 Analisis Deskriptif..... | 67 |
| 4.3.1 <i>Usability</i> | 67 |
| 4.3.2 <i>Pleasure in Use</i> | 69 |
| 4.3.3 <i>Social Value</i> | 70 |
| 4.3.4 <i>Brand Association</i> | 72 |
| 4.3.5 <i>Perceived Value</i> | 73 |
| 4.3.6 <i>Brand Trust</i> | 75 |
| 4.3.7 <i>Brand Loyalty</i> | 76 |
| 4.4 Pengolahan Data Menggunakan Teknik SEM-PLS | 78 |
| 4.4.1 Pembuatan Model Stuktural..... | 78 |
| 4.4.2 Pembuatan Model Pengukuran | 79 |
| 4.4.2.1 <i>Outer Model</i> | 80 |
| 4.4.2.2 <i>Uji Convergent Validity</i> | 80 |
| 4.4.2.3 <i>Uji Discriminant Validity</i> | 86 |
| 4.4.2.4 Reliabilitas | 88 |
| 4.4.3 <i>Inner Model</i> | 89 |
| 4.4.3.1 R Square..... | 89 |
| 4.4.3.2 F Square | 90 |
| 4.4.3.3 <i>Path coefficient</i> | 92 |

| | |
|---|-----|
| 4.4.3.4 <i>T-Statistic (Bootstrapping)</i> | 93 |
| 4.4.3.5 <i>Predictive Relevan (Blindfolding)</i> | 94 |
| 4.4.3.6 Model fit (<i>Goodness of fit</i>) | 95 |
| 4.5 Pengujian Hipotesis Penelitian | 96 |
| 4.5.1 Pembahasan Hipotesis Penelitian | 97 |
| 4.5.1.1 Pengaruh <i>Usability</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> | 98 |
| 4.5.1.2 Pengaruh <i>Pleasure in Use</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> | 99 |
| 4.5.1.3 Pengaruh <i>Social Value</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> | 99 |
| 4.5.1.4 Pengaruh <i>Brand Association</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> | 100 |
| 4.5.1.5 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> | 101 |
| 4.5.1.6 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> | 101 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 103 |
| 5.1 KESIMPULAN | 103 |
| 5.2 SARAN | 105 |
| DAFTAR PUSTAKA | 106 |
| LAMPIRAN..... | 110 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu | 7 |
| Tabel 2. 2 Aturan Praktis Outer Model Reflektif (Mode A)..... | 33 |
| Tabel 2. 3 Kerangka Tabel Loading Factor | 35 |
| Tabel 2. 4 Tabel AVE | 35 |
| Tabel 2. 5 Kerangka Tabel Fornell Lacker | 36 |
| Tabel 2. 6 Kerangka Tabel Composite Reliability..... | 37 |
| Tabel 2. 7 Kerangka Table Cronbach Alpha..... | 37 |
| Tabel 2. 8 Rule of Thumb Model Struktural..... | 38 |
| Tabel 2. 9 Kerangka Tabel R- Square..... | 39 |
| Tabel 2. 10 Kerangka Tabel Path Coefficient..... | 39 |
| Tabel 2. 11 Kerangka Tabel T-Statistic | 40 |
| Tabel 2. 12 Kerangka Tabel Predictive Relevance | 40 |
| Tabel 2. 13 Kerangka Tabel Model fit (Goodnes of Fit) | 41 |
| Tabel 2. 14 Klasifikasi Kriteria Penilaian Persentase | 44 |
| Tabel 2. 15 Skala Likert | 45 |
| Tabel 3. 1 Kerangka Sistem Informasi..... | 48 |
| Tabel 3. 2 Tabel Penyusunan Instrumen | 50 |
| Tabel 3. 3 Kerangka Tabel <i>Loading Factor</i> | 57 |
| Tabel 3. 4 Tabel AVE | 57 |
| Tabel 3. 5 Kerangka Tabel <i>Fornell Lacker</i> | 58 |
| Tabel 3. 6 Kerangka Tabel <i>Composite Reliability</i> | 59 |
| Tabel 3. 7 Kerangka Table <i>Cronbach Alpha</i> | 59 |
| Tabel 3. 8 Kerangka Tabel R- Square..... | 60 |
| Tabel 3. 9 Kerangka Tabel <i>Path Coefficient</i> | 61 |
| Tabel 3. 10 Kerangka Tabel <i>T-Statistic</i> | 61 |
| Tabel 3. 11 Kerangka Tabel <i>Predictive Relevance</i> | 62 |
| Tabel 3. 12 Kerangka Tabel Model fit (<i>Goodnes of Fit</i>) | 62 |
| Tabel 3. 13 Hipotesis Penelitian..... | 63 |
| Tabel 4. 1 <i>Usability Score</i> | 68 |
| Tabel 4. 2 <i>Brand Loyalty Score</i> | 77 |
| Tabel 4. 3 <i>Score Outer Loading</i> | 83 |
| Tabel 4. 4 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 85 |
| Tabel 4. 5 <i>Fornell-Larcker Criterium</i> | 86 |

| | |
|---|-----|
| Tabel 4. 6 Nilai <i>Cross Loading</i> | 87 |
| Tabel 4. 7 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> | 89 |
| Tabel 4. 8 R Square | 90 |
| Tabel 4. 9 F Square | 90 |
| Tabel 4. 10 <i>Path Coefficient</i> | 92 |
| Tabel 4. 11 <i>T-statistic</i> | 93 |
| Tabel 4. 12 <i>Predictive Relevan</i> | 95 |
| Tabel 4. 13 Model Fit..... | 95 |
| Tabel 4. 14 Analisis Hipotesis | 96 |
| Tabel 4. 15 Hipotesis Penelitian..... | 97 |
| Tabel 4. 16 Pengaruh US terhadap BL..... | 98 |
| Tabel 4. 17 Pengaruh PiU terhadap BL. | 99 |
| Tabel 4. 18 Pengaruh SV terhadap BL..... | 99 |
| Tabel 4. 19 Pengaruh BA terhadap BL. | 100 |
| Tabel 4. 20 Pengaruh PV terhadap BL..... | 101 |
| Tabel 4. 21 Pengaruh BT terhadap BL..... | 102 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Peta Persaingan <i>E-Commerce</i> di Indonesia Q4 2020..... | 1 |
| Gambar 1. 2 Peta Persaingan <i>E-Commerce</i> di Indonesia Q1 2021..... | 2 |
| Gambar 1. 3 Peta Persaingan <i>E-Commerce</i> di Indonesia Q2 2021..... | 2 |
| Gambar 1. 4 Peta Persaingan <i>E-Commerce</i> di Indonesia Q3 2021..... | 3 |
| Gambar 1. 5 Peta Persaingan <i>E-Commerce</i> di Indonesia Q4 2021..... | 3 |
| Gambar 1. 6 Peta Persaingan <i>E-Commerce</i> di Indonesia Q1 2022..... | 3 |
| Gambar 1. 7 Grafik Pengguna Harian..... | 4 |
| Gambar 2. 1 Garis Continuum..... | 45 |
| Gambar 3. 1 Diagram Alir Penelitian..... | 47 |
| Gambar 4. 1 Hasil Pertanyaan Saringan..... | 64 |
| Gambar 4. 2 Hasil Responden Berdasarkan Profesi..... | 65 |
| Gambar 4. 3 Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 66 |
| Gambar 4. 4 Hasil Responden Berdasarkan Umur..... | 67 |
| Gambar 4. 5 Garis <i>Continuum Usability</i> | 69 |
| Gambar 4. 6 Garis <i>Continuum Pleasure in Use Score</i> | 70 |
| Gambar 4. 7 Garis <i>Continuum Social Value</i> | 72 |
| Gambar 4. 8 Garis <i>Continuum Brand Association</i> | 73 |
| Gambar 4. 9 Garis <i>Continuum Perceived Value</i> | 75 |
| Gambar 4. 10 Garis <i>Continuum Brand Trust</i> | 76 |
| Gambar 4. 11 Garis <i>Continuum Brand Loyalty</i> | 78 |
| Gambar 4. 12 Model Struktural <i>Partial Least Square</i> | 79 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... | 110 |
| Lampiran 2 Jawaban Responden..... | 116 |
| Lampiran 3 Tabel Distribusi Normal | 123 |