

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

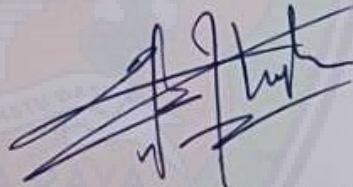
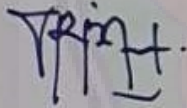
Judul Tesis : Pengaruh Harga, Kualitas dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pengguna Nama Domain .id
Nama Mahasiswa : Mohamad Shidiq Purnama
Nomor Pokok Mahasiswa : 201620151008
Program Studi/Fakultas : Magister Manajemen/Fakultas Ekonomi
Konsentrasi : Marketing
Tanggal Lulus Ujian Tesis : 24 Januari 2019

Bekasi, 24 Januari 2020

MENYETUJUI:

Pembimbing I

Pembimbing II



Prof. Dr. Tri Widyastuti, S.E., Ak., M.M.

Drs. Soehardi, M.B.A., Ph.D

NIDN: 0323036401

NIDN: 0311096604

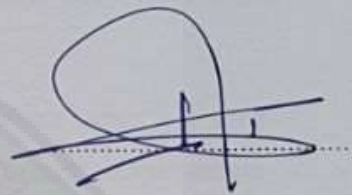
LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis : Pengaruh Harga, Kualitas dan Citra
Merek terhadap Loyalitas Pengguna Nama Domain .id
Nama Mahasiswa : Mohamad Shidiq Purnama
Nomor Pokok Mahasiswa : 201620151008
Program Studi/Fakultas : Magister Manajemen/Fakultas Ekonomi
Konsentrasi : Manajemen Sumber Daya Manusia
Tanggal Lulus Ujian Tesis : 24 Januari 2020

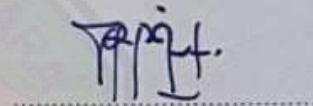
Bekasi, 29 Januari 2020

Mengesahkan,

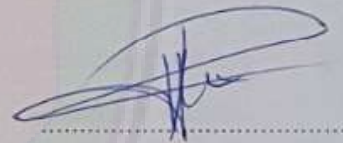
Ketua Tim Penguji : Dr. Sugeng Suroso, S.E., M.M.
NIDN: 0316066201



Penguji I : Prof. Dr. Tri Widyastuti, SE, Ak, M.M.
NIDN: 0323036401



Penguji II : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M.
NIDN: 0309048102



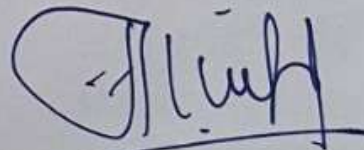
MENGETAHUI

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M.
NIDN: 0309048102

Dekan
Fakultas Ekonomi



Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, CA., CSRA., CMA., CACP.
NIDN: 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Tesis yang berjudul

"Pengaruh Harga, Kualitas dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pengguna Nama Domain .id"

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan tesis ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan ijin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan tesis ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 3 Januari 2020



Mohamad Shidiq Purnama

NPM: 201620151008

ABSTRAK

Mohamad Shidiq Purnama, 201620151008, Pengaruh Harga, Kualitas dan Citra Merek terhadap Loyalitas pada Pengguna Nama Domain .id.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh harga terhadap loyalitas pengguna nama domain .id, (2) pengaruh kualitas terhadap loyalitas pengguna nama domain .id, (3) pengaruh citra merek terhadap loyalitas pengguna nama domain .id. Sampel penelitian ini berjumlah 93 diambil dari rumus *Formula Lemeshow* dengan *alpha 5%* dari total pelanggan yang tidak melakukan perpanjangan nama domain periode Bulan Agustus sampai November 2019 sebesar 22.176 atau 6,44% dari total nama domain .id pada Pengelola Nama Domain Internet Indonesia (PANDI). Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan *Structural Equation Modeling (SEM): Partial Least Square (PLS)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) harga mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas pengguna Nama Domain .id dengan nilai *T-Statistics* adalah 2,134 diatas *T-tables* 1,660 dan *P-values* $0,033 < 0,05$, (2) tidak terdapat pengaruh Kualitas terhadap Loyalitas pengguna Nama Domain .id dengan nilai *T-Statistics* adalah 0,710 dibawah *T-tables* 1,660 dan *P-values* $0,478 > 0,05$, (3) terdapat pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas pengguna Nama Domain .id dengan nilai *T-Statistics* adalah 5,251 diatas *T-tables* 1,660 dan *P-values* $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Harga, Kualitas, Citra Merek, Loyalitas Pengguna, Nama Domain, *Structural Equation Modeling, Partial Least Square*

ABSTRACT

Mohamad Shidiq Purnama, 201620151008, *The Influence of Price, Quality and Brand Image on User Loyalty .id Domain Name.*

The study aims to determine (1) effect of price on the loyalty of .id domain name user, (2) effect of quality on user loyalty .id domain name, (3) effect of brand image on user loyalty .id domain name. This research using 93 sample based on lemeshow formula with alpha 5% from total customer not renew .id domain name since August to November 2019 22,176 or 6.44% from total .id domain name in Pengelola Nama Domain Internet Indonesia (PANDI). This research is using Quantitative methodology with Structural Equation Modeling (SEM): Partial Least Square (PLS).

This research shows that (1) there is effect of Pricing on User Loyalty .id Domain Name with the value of T-Statistics is 2.134 more than T-table 1.660 and P-Values $0.033 < 0.05$, (2) there is no effect of Quality on User Loyalty .id Domain Name with the value of T-Statistics is 0.710 less than T-table 1.660 and P-Values $0.478 > 0.05$, (3) there is effect of Brand to User Loyalty .id Domain Name with the value of T-Statistics is 5.251 more than T-table 1.660 and P-Values $0.000 < 0.05$.

Keywords: Price, Quality, Brand Image, User Loyalty, Domain Name, Structural Equation Modeling, Partial Least Square

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pengguna Nama Domain .id” dengan baik.

Terselesaikannya penulisan ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah membantu baik dalam proses penelitian maupun selama penulisan, diantaranya :

1. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, CA., CSRA., CMA., CACP selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M. Ketua Program Studi Magister Manajemen.
3. Ibu Prof. Dr. Tri Widyastuti, S.E., Ak., M.M. selaku dosen pembimbing 1 yang selalu memberikan waktu bimbingan dan arahan selama penyusunan tesis ini
4. Bapak Drs. Soehardi, M.B.A., Ph.D selaku dosen pembimbing 2 yang selalu memberikan waktu bimbingan dan arahan selama penyusunan tesis ini
5. Dosen-dosen di Universitas Bahayangkara Jakarta Raya yang sudah membantu dalam kuliah dan tesis ini.
6. Teman-teman Magister Manajemen yang ada di Universitas Bahayangkara Jakarta Raya yang selalu mendukung dan memberikan informasi selama ini.
7. Rekan-rekan di Pengelola Nama Domain Internet Indonesia yang membantu pengiriman data dan materi-materi yang dibutuhkan dalam menyusun tesis ini sehingga bisa berjalan dengan lancar ditengah kesibukan pekerjaan yang sangat padat
8. Istriku Eni Nuraeni dan Anak-anakku Noreen, Azzam, Maryam yang selalu mendukung, Bapak Ibu serta keluarga semua yang selalu mendoakan demi kelancaran kuliah sampai tesis.

Penulis menyadari bahwa dalam tesis ini masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu masukan berupa kritik dan saran yang membangun sangat

penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan semua pihak.

Bekasi, 24 Januari 2020

Mohamad Shidiq Purnama



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.3 Rumusan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Harga	9
2.1.2 Citra Merek	14
2.1.3 Kualitas Produk	16
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	20
2.1.5 Loyalitas Pelanggan	24
2.1.6 Nama Domain	27
2.1.7 Registri	28
2.1.8 Pengelola Nama Domain Internet Indonesia (PANDI)	28
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Berpikir	43

2.4 Hipotesis Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	45
3.2 Metode dan Desain Penelitian	45
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	47
3.3.1 Populasi	47
3.3.2 Sampel	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data	49
3.5 Intrumen Penelitian	50
3.6 Teknik Analisis Data	53
3.6.1 <i>Outer Model</i> atau Pengukuran Bagian Luar	55
3.6.1 <i>Outer Model</i> atau Pengukuran Bagian Luar	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Obyek Penelitian	58
4.1.1 Deskripsi Responden	59
4.1.2 Karakteristik Responden	59
4.2 Analisis Data Statistik Deskriptif	63
4.3 Hasil Analisis Data dengan Teknis PLS	64
4.3.1 Skema <i>Model Partial Least Square (PLS)</i>	64
4.3.2 Evaluasi <i>Outer Model</i>	64
4.3.2.1 <i>Convergent Validity</i>	64
4.3.2.2 <i>Discriminant Validity</i>	66
4.3.2.3 <i>Composite Reliability</i>	68
4.3.2.4 <i>Cronbach Alpha</i>	69
4.3.3 Evaluasi <i>Inner</i>	70
4.3.3.1 Uji <i>Path Coefficient</i>	70
4.3.3.2 Uji Kebaikan Model (<i>Goodness of Fit</i>)	71
4.3.3.3 Uji Hipotesis	72
4.3.4 Pembahasan	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	80



DAFTAR TABEL

1.1 Perbandingan Jumlah Nama Domain Tingkat Tinggi Tahun 2019	2
1.2 Perbandingan Harga Nama Domain Tingkat Tinggi Tahun 2019 ..	3
1.3 Data Jumlah Nama Domain yang Tidak Melakukan Perpanjangan Nama Domain 2018 dan 2019	3
2.1 Penelitian Terdahulu	30
3.1 Instrumen Penelitian	51
4.1 Responden Berdasarkan Kepemilikan Jenis Nama Domain	59
4.2 Responden Berdasarkan Penggunaan Nama Domain Apakah Hanya Digunakan untuk Kegiatan Sementara	60
4.3 Responden Berdasarkan Penggunaan Nama Domain untuk Pribadi atau Organisasi/Badan Usaha	61
4.4 Responden Berdasarkan Usia Responden	61
4.5 Responden Berdasarkan Pendidikan	62
4.6 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.7 <i>Outer Loading</i>	65
4.8 <i>Cross Loading</i>	66
4.9 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	68
4.10 <i>Composite Reliability</i>	68
4.11 <i>Cronbach Alpha</i>	69
4.12 Nilai <i>R-Square</i>	71
4.13 <i>T-Statistics</i>	72
4.14 <i>P-Values</i>	72

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Berpikir	43
4.1 <i>Outer Model</i> Hasil Pengolahan Data Menggunakan <i>Smart PLS</i>	64
4.2 <i>Inner Model</i> Hasil Pengolahan Data Menggunakan <i>Smart PLS</i>	70



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner	1
2. Hasil Survey	3
3. <i>Path Coefficients</i>	7
4. <i>Construct Reliability and Validity</i>	8
5. <i>R-Square</i>	9
6. <i>Outer Loadings</i>	10
7. <i>Cross Loadings</i>	11
8. <i>Inner VIF Values</i>	12
9. <i>Mean, STDEV, T-Values, P-Values</i>	13
10. <i>T-tables</i>	14

