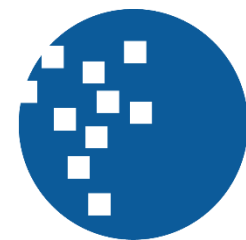


**PENGARUH KUALITAS APLIKASI DAN SERVICE
CONVENIENCE TERHADAP RETENSI PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA
LAYANAN E-GROCERY ALFAGIFT**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Chany Melvin Dinata

00000058514

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PENGARUH KUALITAS APLIKASI DAN SERVICE
CONVENIENCE TERHADAP RETENSI PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA
LAYANAN E-GROCERY ALFAGIFT**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Chany Melvin Dinata

00000058514

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Chany Melvin Dinata

Nomor Induk Mahasiswa : 00000058514

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Aplikasi dan Service Convenience terhadap Retensi Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi pada Layanan E-Grocery Alfagift merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 11 Juni 2025



Chany Melvin Dinata

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Pengaruh Kualitas Aplikasi dan Service Convenience terhadap Retensi Pelanggan
dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi pada Layanan E-Grocery Alfagift

Oleh

Nama : Chany Melvin Dinata

NIM : 00000058514

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diujikan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, 11 Juni 2025

Dosen Pembimbing



Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M.
0314018302

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

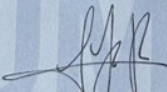
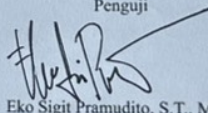
HALAMAN PENGESAHAN

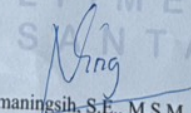
Skripsi dengan judul
Pengaruh Kualitas Aplikasi dan Service Convenience terhadap Retensi Pelanggan
dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi pada Layanan E-Grocery Alfagift

Oleh

Nama : Chany Melvin Dinata
NIM : 00000058514
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Selasa, 17 Juni 2025
Pukul 09.30 s.d 11.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang  Dr. Febri Nila Chrisanty, S.E., M.M. 0307027602	Dosen Pembimbing  Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M. 0314018302 Ketua Program Studi Manajemen	Penguji  Eko Sigit Pramudito, S.T., M.M., CDM, CPM(Asia) 0301078204
--	---	--


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
0323047801

iii

Pengaruh Kualitas Aplikasi dan Service Convenience terhadap...., Chany Melvin Dinata,
Universitas Multimedia Nusantara

N U S A N T A R A

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Chany Melvin Dinata

NIM : 00000058514

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Kualitas Aplikasi dan Service Convenience terhadap Retensi Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi pada Layanan E-Grocery Alfagift

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repository Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repository Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 11 Juni 2025



Chany Melvin Dinata

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul *Pengaruh Kualitas Aplikasi dan Service Convenience terhadap Retensi Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi pada Layanan E-Grocery Alfagift*. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara kualitas aplikasi, kemudahan layanan (service convenience), kepuasan pelanggan, dan retensi pelanggan pada platform e-grocery Alfagift, dengan menggunakan pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan wawasan bagi pengelola Alfagift dan pelaku industri e-grocery dalam merancang strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

6. Teman-teman seangkatan dan rekan diskusi, yang telah memberikan semangat dan berbagi pengalaman selama proses penyusunan skripsi.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan kontribusi berharga, baik secara akademis dengan memperkaya literatur tentang retensi pelanggan di industri e-grocery, maupun secara praktis dengan memberikan rekomendasi strategis bagi Alfagift untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan di masa mendatang.

Tangerang, 11 Juni 2022



Chany Melvin Dinata



PENGARUH KUALITAS APLIKASI DAN SERVICE CONVENIENCE TERHADAP RETENSI PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA LAYANAN E-GROCERY ALFAGIFT

Chany Melvin Dinata

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas aplikasi dan kemudahan layanan terhadap retensi pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel mediasi pada platform e-grocery Alfagift. Latar belakang penelitian didorong oleh pertumbuhan pesat industri e-grocery di Indonesia, yang dipicu oleh digitalisasi dan perubahan perilaku konsumen pasca-pandemi COVID-19, namun dihadapkan pada tantangan persaingan yang ketat. Penelitian ini mengadopsi teori *Consumer Behavior* dan *Customer Loyalty*, dengan metode kuantitatif menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) yang melibatkan 195 responden pengguna aktif Alfagift di wilayah Jabodetabek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas aplikasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, kualitas aplikasi berpengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan, kemudahan layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, kemudahan layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan, kepuasan berpengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan, kepuasan memediasi hubungan antara kualitas aplikasi dan retensi pelanggan, dan kepuasan tidak memediasi hubungan antara kemudahan layanan dan retensi pelanggan. Model penelitian memiliki kemampuan prediktif yang baik dengan nilai R^2 memenuhi syarat minimum. Kesimpulan penelitian ini adalah kualitas aplikasi dan kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan retensi pelanggan Alfagift, sementara kemudahan layanan memerlukan strategi tambahan seperti harga kompetitif untuk mempengaruhi retensi secara efektif. Penelitian ini memberikan implikasi manajerial bagi Alfagift untuk mengoptimalkan kualitas aplikasi, meningkatkan kemudahan layanan, dan memperkuat kepuasan pelanggan guna mempertahankan pelanggan di pasar yang kompetitif.

Kata kunci: Kualitas Aplikasi, Service Convenience, Kepuasan Pelanggan, Retensi Pelanggan, E-Grocery

THE EFFECT OF APPLICATION QUALITY AND SERVICE CONVENIENCE ON CUSTOMER RETENTION WITH SATISFACTION AS A MEDIATING VARIABLE IN ALFAGIFT E-GROCERY SERVICES

Chany Melvin Dinata

ABSTRACT (English)

This research aims to investigate the impact of application quality and service convenience on customer retention, with customer satisfaction as a mediating variable, on the Alfagift e-grocery platform. The study is driven by the rapid expansion of the e-grocery industry in Indonesia, fueled by digitalization and shifts in consumer behavior following the COVID-19 pandemic, yet facing intense competitive challenges. The research adopts Consumer Behavior and Customer Loyalty theories, employing a quantitative approach through Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with 195 active Alfagift users in the Jabodetabek region as respondents. The findings indicate that application quality significantly influences satisfaction, application quality significantly affects customer retention, service convenience significantly impacts satisfaction, service convenience does not significantly affect customer retention, satisfaction significantly influences customer retention, satisfaction mediates the relationship between application quality and customer retention, and satisfaction does not mediate the relationship between service convenience and customer retention. The research model demonstrates robust predictive capability, with R^2 values meeting the minimum threshold. The study concludes that application quality and customer satisfaction are pivotal factors in enhancing customer retention on Alfagift, while service convenience requires additional strategies, such as competitive pricing, to effectively influence retention. These findings provide managerial insights for Alfagift to optimize application quality, enhance service convenience, and bolster customer satisfaction to maintain customers in a competitive market.

Keywords: *Application Quality, Service Convenience, Customer Satisfaction, Customer Retention, E-Grocery*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT (English).....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Akademis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
1.5 Batasan Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II	
LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Tinjauan Teori.....	14
2.1.1 Manajemen.....	14
2.1.2 Marketing.....	14
2.1.3 Consumer Behavior.....	15
2.1.4 Customer Loyalty.....	15
2.1.5 Application Quality.....	15
2.1.6 Service Convenience.....	16
2.1.7 Customer Satisfaction.....	17
2.1.8 Customer Retention.....	17
2.2 Model Penelitian.....	18
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	19
2.3.1 Pengaruh Kualitas Aplikasi terhadap Kepuasan Pengguna.....	19
2.3.2 Pengaruh Kualitas Aplikasi terhadap Retensi Pelanggan.....	20
2.3.3 Pengaruh Kenyamanan Layanan terhadap Kepuasan Pengguna.....	20
2.3.4 Pengaruh Kenyamanan Layanan terhadap Retensi Pelanggan.....	21
2.3.5 Pengaruh Kepuasan Pengguna terhadap Retensi Pelanggan.....	21
2.3.6 Customer Satisfaction Memediasi Hubungan antara Mobile App Service Quality dan Customer Retention.....	22
2.3.7 Customer Satisfaction Memediasi Hubungan antara Service Convenience dan Customer Retention.....	23
2.4 Penelitian Terdahulu.....	23

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	25
3.1.1 Profil Perusahaan.....	25
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	26
3.1.3 Produk Perusahaan.....	27
3.2 Desain Penelitian.....	28
3.2.1 Data Penelitian.....	28
3.2.2 Metode Penelitian.....	29
3.2.3 Jenis Penelitian.....	30
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Sampel.....	31
3.3.3 Sampling Size.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data.....	32
3.4.2 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	34
3.6 Teknik Analisis Data.....	39
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
3.6.1.1 Uji Validitas.....	39
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.7 Analisis Data Penelitian.....	42
3.7.1 SEM (Structural Equation Model).....	42
3.7.2 Proses dalam Tahapan Structural Equation Modeling (SEM).....	43
3.8 Model Jalur PLS.....	45
3.8.1 Outer Model (Measurement Model).....	45
3.8.2 Inner Model (Structural Model).....	45
3.9 Kecocokan Model Pengukuran.....	47
3.9.1 Kecocokan Model Pengukuran Outer Model.....	47
3.9.2 Kecocokan Model Pengukuran Inner Model.....	47
3.10 Hasil Uji Mediasi.....	48
3.11 Uji Hipotesis.....	49
BAB IV.....	50
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Deskripsi Profil Responden.....	50
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pengguna Alfagift.....	52
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pengguna E-Grocery.....	53
4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Alfagift.....	54
4.1.6 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	55
4.1.7 Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Alfagift Selama 3 Bulan Terakhir.....	56
4.2 Analisa Deskriptif.....	57
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	57

4.2.1.1 Penilaian Responden Terhadap Variabel Application Quality.....	58
4.2.1.2 Penilaian Responden Terhadap Variabel Service Convenience.....	63
4.2.1.3 Penilaian Responden Terhadap Variabel Satisfaction.....	67
4.2.1.4 Penilaian Responden Terhadap Variabel Customer Retention.....	70
4.3 Uji Instrumen Pre-Test.....	73
4.3.1 Uji Validitas Pre-Test.....	73
4.3.2 Uji Reliabilitas Pre-test.....	75
4.4 Kecocokan Model (PLS-SEM).....	78
4.4.1 Uji Outer Model (Measurement Model).....	79
4.4.1.1 Convergent Validity.....	79
4.4.1.2 Discriminant Validity.....	82
4.4.1.3 Reliability.....	84
4.4.2 Uji Inner Model (Structural Model).....	85
4.4.2.1 Indicator Collinearity.....	86
4.4.2.2 T-Statistics.....	88
4.4.2.3 Nilai R-square (R^2).....	90
4.4.2.4 Nilai f-squares.....	90
4.4.2.5 Q ² Predictive Relevance.....	91
4.4.2.6 Uji Hipotesis.....	92
4.5 Implikasi Manajerial.....	100
BAB V.....	109
KESIMPULAN DAN SARAN.....	109
5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....	116
LAMPIRAN.....	119



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel.....	35
Tabel 3.2 Kriteria Uji Validitas.....	40
Tabel 3.3 Kriteria Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4. 1 Tabel Kriteria Interval Kelas.....	57
Tabel 4.2 Penilaian Responden terhadap Variabel Application Quality.....	58
Tabel 4.3 Penilaian Responden terhadap Variabel Service Convenience.....	63
Tabel 4.4 Penilaian Responden terhadap Variabel Satisfaction.....	67
Tabel 4.5 Penilaian Responden terhadap Variabel Customer Retention.....	70
Tabel 4.6 Tabel Uji Validitas Pre-test.....	73
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	76
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Konvergen (Outer Loadings) Main-Test.....	80
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Konvergen (Average Variance Extracted) Main-Test..	81
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Cross Loadings) Main Test.....	82
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Fornell-Larcker Criterion) Main-Test..	84
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas (Cronbach Alpha, Composite Reliability, rho_A) Main Test.....	85
Tabel 4.13 Hasil Indicator Collinearity.....	86
Tabel 4.14 Hasil T-Statistics.....	88
Tabel 4.15 Tabel Nilai R-square.....	90
Tabel 4.16 Hasil Uji f^2 effect size.....	91
Tabel 4.17 Hasil Uji Q-Square (Q^2).....	92
Tabel 4.18 Hasil Pengolahan Bootstrapping PLS-SEM.....	93

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Penggunaan Belanja Online di Tiap Negara.....	1
Gambar 1.2 Alasan Masyarakat Memilih Belanja Online.....	8
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	18
Gambar 3.1 Logo Alfagift.....	26
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	51
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pengguna Alfagift.....	52
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pengguna E-Grocery.....	53
Gambar 4.5 Profil Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Alfagift.....	54
Gambar 4.6 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	55
Gambar 4.7 Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Alfagift Selama 3 Bulan Terakhir.....	56
Gambar 4.8 Olahan Data SEM.....	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Persentase Turnitin.....	119
Lampiran B Formulir Bimbingan.....	121
Lampiran C Jurnal Utama.....	122
Lampiran D Hasil Pre-Test.....	140
Lampiran E Hasil Main-Test.....	146
Lampiran E Kuesioner.....	151

