

PENGARUH *WEB INFORMATIVENESS*, *WEB ENTERTAINMENT*, DAN *EFFECTIVENESS OF INFORMATION CONTENT* TERHADAP *WEB SATISFACTION* DAN *PURCHASE INTENTION* PADA TOKO *ONLINE OLX*



OLEH:

**RYAN ARDIANSYAH
3103014283**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2018**

HALAMAN JUDUL

PENGARUH *WEB INFORMATIVENESS*, *WEB ENTERTAINMENT*, DAN *EFFECTIVENESS OF INFORMATION CONTENT* TERHADAP *WEB SATISFACTION* DAN *PURCHASE INTENTION* PADA TOKO *ONLINE OLX*

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

Oleh:
RYAN ARDIANSYAH
3103014283

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018

HALAMAN PERSETUJUAN

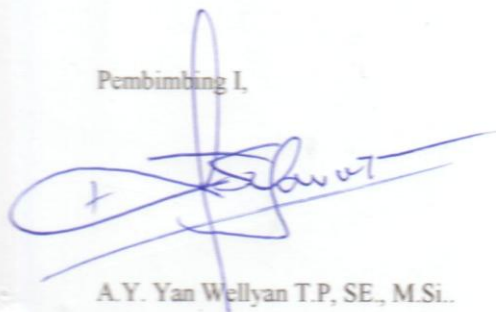
SKRIPSI

PENGARUH *WEB INFORMATIVENESS*, *WEB ENTERTAINMENT*, DAN *EFFECTIVENESS OF INFORMATION CONTENT* TERHADAP *WEB SATISFACTION* DAN *PURCHASE INTENTION* PADA TOKO *ONLINE OLX*

Oleh:
RYAN ARDIANSYAH
3103014283

Telah disetujui dan diterima dengan baik
Untuk diajukan kepada Tim Penguji

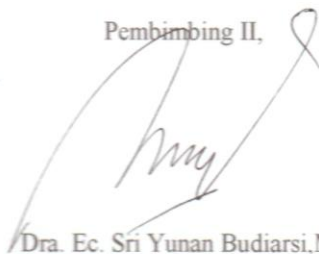
Pembimbing I,



A.Y. Yan Wellyan T.P, SE., M.Si..

Tanggal:

Pembimbing II,



Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS.

Tanggal:

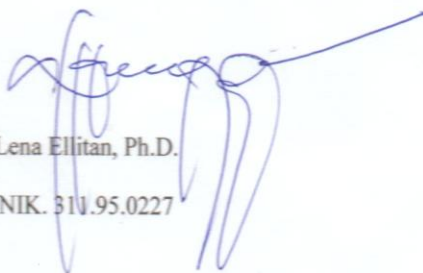
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : RYAN ARDIANSYAH

NRP : 3103014283

Telah diuji pada tanggal 24 Juli 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji

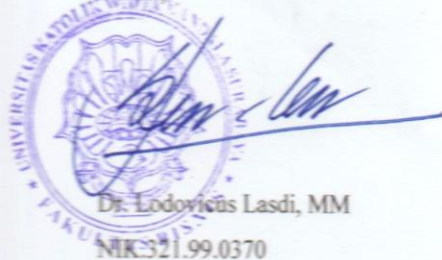


Lena Ellitan, Ph.D.

NIK. 311.95.0227

Mengetahui:

Dekan,



Ds. Lodovicus Lasdi, MM
NIK.321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L., SE.,M.Sc

NIK.311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ryan Ardiansyah
NRP : 3103014283
Judul Skripsi : Pengaruh *Web Informativeness*, *Web Entertainment*, dan *Effectiveness of Information Content* terhadap *Web Satisfaction* dan *Purchase Intention* pada Toko Online Olx

Menyatakan tugas akhir skripsi ini merupakan karya tulis sendiri. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 Mei 2018
Yang menyatakan,



Ryan Ardiansyah

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, oleh karena rahmat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Web Informativeness*, *Web Entertainment*, dan *Effectiveness of Information Content* terhadap *Web Satisfaction* dan *Purchase Intention* pada Toko Online Olx”. Ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga, antara lain untuk:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak A.Y. Yan Wellyan T.P, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dengan sabar, membantu memberikan masukan dengan baik, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.

4. Ibu Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS. selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing dengan sabar, membantu memberikan masukan dengan baik, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
5. Marlina Junaedi, SE., M.Si. selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis selama menempuh kuliah dari semester satu hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
6. Semua Bapak/Ibu dosen Fakultas Bisnis yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
7. Orang tua dan keluarga besar atas dukungan doa dan moral serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.
8. Teman-teman seperjuangan (Calvin, Febryan, Alvin, Panji, Fasa, Morena, Martha, Rani, Hilman, Putri, Ruth, Yesa) terima kasih sudah memotivasi penulis. Dukungan kalian benar-benar berarti bagi penulis, hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini..
9. Seluruh responden penelitian yang telah menyempatkan waktu dalam pengisian kuesioner.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi kepentingan masyarakat luas dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada khususnya.

Surabaya, 29 Mei 2018

Ryan Ardiansyah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH...	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	9
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	11
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Landasan Teori.....	14
2.2.1. Teori S-O-R.....	14

2.2.2. <i>Web Atmospheric Cues</i>	15
2.2.3. <i>Web Informativeness</i>	16
2.2.4. <i>Web Entertainment</i>	17
2.2.5. <i>Effectiveness of Information Content</i>	19
2.2.6. <i>Web Satisfaction</i>	21
2.2.7. <i>Purchase Intention</i>	22
2.3. Pengaruh Antar Variabel.....	23
2.3.1. Pengaruh <i>Web Informativeness</i> terhadap <i>Web Satisfaction</i>	23
2.3.2. Pengaruh <i>Web Entertainment</i> terhadap <i>Web Satisfaction</i>	24
2.3.3. Pengaruh <i>Effectiveness of Information Content</i> terhadap <i>Web Satisfaction</i>	24
2.3.4. Pengaruh <i>Web Satisfaction</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	25
2.4. Model Penelitian.....	26
2.5. Hipotesis Penelitian.....	26
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1. Desain Penelitian.....	28
3.2. Identifikasi Variabel.....	28
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	29
3.3.1. <i>Web Informativeness</i>	29
3.3.2. <i>Web Entertainment</i>	29
3.3.3. <i>Effectiveness of Information Content</i>	30
3.3.4. <i>Web Satisfaction</i>	30

3.3.5. <i>Purchase Intention</i>	31
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	31
3.5. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.5.1. Populasi.....	32
3.5.2. Sampel.....	32
3.5.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	33
3.7. Pengukuran Variabel.....	34
3.8. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	35
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Karakteristik Responden.....	40
4.1.1 Berdasarkan Kunjungan Website Olx Dalam 1 Tahun Terakhir.....	40
4.1.2 Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	41
4.1.3 Berdasarkan Usia Responden	41
4.1.4 Berdasarkan Kategori Produk/Jasa yang Sering Dicari di Olx.....	42
4.1.5 Berdasarkan Perangkat Responden.....	43
4.1.6 Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden .	43
4.1.7 Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	44
4.1.8 Berdasarkan Pendapatan Responden	45
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	46
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel	

	<i>Web Informativeness</i>	47
4.2.2	Statistik Deskriptif Variabel <i>Web Entertainment</i>	48
4.2.3	Statistik Deskriptif Variabel <i>Effectiveness of Informativeness Content</i>	49
4.2.4	Statistik Deskriptif Variabel <i>Web Satisfaction</i>	50
4.2.5	Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	51
4.3	Uji Asumsi.....	53
4.3.1	Uji Normalitas Data.....	53
4.3.2	Uji Validitas.....	55
4.3.3	Uji Reabilitas.....	56
4.3.4	Uji Kecocokan Seluruh Model.....	61
4.4	Persamaan Struktural.....	62
4.5	Uji Hipotesis.....	63
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	66
4.6.1	Pengaruh <i>Web Informativeness</i> terhadap <i>Web Satisfaction</i> pada toko Online Olx.....	66
4.6.2	Pengaruh <i>Web Entertainment</i> terhadap <i>Web Satisfaction</i> pada toko Online Olx.....	68
4.6.3	Pengaruh <i>Effectiveness of Information Content</i> terhadap <i>Web Satisfaction</i> pada toko Online Olx.....	69

4.6.4 Pengaruh <i>Web Satisfaction</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada toko Online Olx.....	71
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Simpulan.....	73
5.2 Saran.....	75
5.2.1 Saran Praktis.....	75
5.2.2 Saran Akademis.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	13
Tabel 3.1 Indeks Kecocokan Model Data.....	37
Tabel 4.1 Berdasarkan Kunjungan Website Olx Dalam 1 Tahun Terakhir.....	40
Tabel 4.2 Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	41
Tabel 4.3 Berdasarkan Usia Responden	41
Tabel 4.4 Berdasarkan Kategori Produk/Jasa Yang Sering Dicari di Olx	42
Tabel 4.5 Berdasarkan Perangkat Responden	43
Tabel 4.6 Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden	44
Tabel 4.7 Berdasarkan Pekerjaan Responden	44
Tabel 4.8 Berdasarkan Pendapatan Responden	45
Tabel 4.9 Kelompok Interval Penilaian	46
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Web Informativeness..</i>	47
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Web Entertainment.....</i>	48
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>Effectiveness of Information Content.....</i>	49
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Variabel <i>Web Satisfaction.....</i>	50
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention.....</i>	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas <i>Univariate</i>	53
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas <i>Multivariate</i>	54

Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.19 Uji Reabilitas Variabel <i>Web Informativeness</i>	57
Tabel 4.20 Uji Reabilitas Variabel <i>Web Entertainment</i>	58
Tabel 4.21 Uji Reabilitas Variabel <i>Effectiveness of Information Content</i>	59
Tabel 4.22 Uji Reabilitas <i>Web Satisfaction</i>	60
Tabel 4.23 Uji Reabilitas <i>Purchase Intention</i>	60
Tabel 4.24 Uji Kecocokan Seluruh Model.....	61
Tabel 4.25 Persamaan Struktural.....	62
Tabel 4.26 Hasil Pengujian Hipotesis.....	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	26
Gambar 4.1 <i>Path Diagram (T-Value)</i>	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2: Karakteristik Responden
- Lampiran 3a: Jawaban Responden Variabel *Web Informativeness*
- Lampiran 3b: Jawaban Responden Variabel *Web Entertainment*
- Lampiran 3c: Jawaban Responden Variabel *Effectiveness of Information Content*
- Lampiran 3d: Jawaban Responden Variabel *Web Satisfaction*
- Lampiran 3e: Jawaban Responden Variabel *Purchase Intentions*
- Lampiran 4: Frekuensi Karakteristik Responden
- Lampiran 5: Statistik Deskriptif Variabel
- Lampiran 6: Uji Reliabilitas
- Lampiran 7: Uji Normalitas
- Lampiran 8: *Output Structural Equation Modeling (SEM)*
- Lampiran 9a: Diagram *Standardized Solutions*
- Lampiran 9b: Diagram *Path Diagram t-value*
- Lampiran 9c: Diagram *Estimates*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi purchase intention pada pengunjung website Olx di Surabaya. Dalam penelitian ini peneliti bertujuan untuk menguji pengaruh dari variabel *Web Informativeness*, *Web Entertainment* dan *Effectiveness of Information Content* terhadap variabel *Web Satisfaction* dan *Purchase Intentions* pada toko *online* Olx di kota Surabaya. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survei. Data responden yang akan digunakan adalah konsumen yang pernah mengunjungi *website* Olx dalam waktu 1 tahun terakhir dan penelitian ini menggunakan sebanyak 150 responden. Pada penelitian ini akan menggunakan teknik pengujian dengan metode *Structural Equation Model* (SEM) dan akan di uji dengan menggunakan program Lisrel 8.80.

Hasil penelitian membuktikan; (1) *Web informativeness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *web satisfaction* pada pengunjung toko *online* Olx di Surabaya; (2) *Web entertainment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *web satisfaction* pada pengunjung toko *online* Olx di Surabaya; (3) *Effectiveness of information content* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *web satisfaction* pada pengunjung toko *online* Olx di Surabaya; (4) *Web satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention pada pengunjung toko *online* Olx di Surabaya.

Kata Kunci: *Web Informativeness, Web Entertainment, Effectiveness of Information Content, Web Satisfaction, dan Purchase Intention*

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that affect the purchase intention of online shop Olx visitors in Surabaya. In this study the researcher aims to examine the influence of Web Informativeness, Web Entertainment and Effectiveness of Information Content to Website Satisfaction and Purchase Intention of online shop Olx visitors in Surabaya. The method to be used in this research is by using survey method. Respondent data that will be used are consumers who have visited on website Olx in the last 1 years and this study used as many as 150 respondents. In this research will use the testing technique with Structural Equation Model (SEM) method and will be tested using Lisrel 8.80 program.

The results prove: (1) Web informativeness have positive and significant effect on web satisfaction visitor of online shop Olx in Surabaya; (2) Web entertainment has a positive and significant effect on web satisfaction visitor of online shop Olx in Surabaya; (3) Effectiveness of information content has a positive and significant effect on web satisfaction visitor of online shop Olx in Surabaya; (4) Web satisfaction has a positive and significant effect on purchase intention visitor of online shop Olx in Surabaya.

Keywords: *Web Informativeness, Web Entertainment, Effectiveness of Information Content, Web Satisfaction, and Purchase Intention*