

**PENGARUH *DELIVERY EFFICIENCY*, *WEBSITE DESIGN*, DAN *PERCEIVED EASE OF USE*,  
TERHADAP *E-LOYALTY* MELALUI *E-SATISFACTION* PADA KONSUMEN  
BUKALAPAK**



**OLEH :**  
**Marten Roy Bulain**  
**3103015168**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2019**

**PENGARUH *DELIVERY EFFICIENCY*, *WEBSITE DESIGN*, DAN *PERCEIVED EASE OF USE*,  
TERHADAP *E-LOYALTY* MELALUI *E-SATISFACTION* PADA KONSUMEN  
BUKALAPAK**

SKRIPSI

Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen

OLEH:

Marten Roy Bulain  
3103015168

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2019

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *DELIVERY EFFICIENCY, WEBSITE DESIGN, DAN PERCEIVED EASE OF USE*, TERHADAP *E-LOYALTY* MELALUI *E-SATISFACTION* PADA KONSUMEN BUKALAPAK**

Oleh :  
Martén Roy Bulain  
3103015168

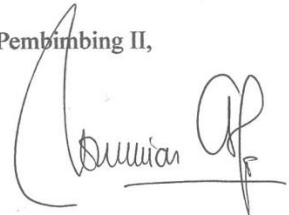
Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dominicus Wahyu P.,SE.,MM  
NIK. 311.15.0876  
Tanggal:

Pembimbing II,



Monica Adjeng Erwita, S.Sos., MM.  
NIK. 311.13.0754  
Tanggal: 21/6/2019

## HALAMAN PENGESAHAN

**Skripsi yang ditulis oleh: Marten Roy Bulain NRP 3103015168**  
Telah diuji pada Tanggal 5 Juli 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Dra. Ec. Ani Suhartatik, MM.  
NIK. 311.89.0147

Mengetahui,

Dekan   
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
FAKULTAS BISNIS

Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA, CPAI  
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 Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Marten Roy Bulain

NRP : 3103015168

Judul Skripsi :Pengaruh Delivery Efficiency, Website Design, dan Perceived Ease Of Use, terhadap E-Loyalty melalui E-Satisfaction pada Konsumen Bukalapak.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

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

Surabaya, 25 Juni 2019



(Marten Roy Bulain)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus, karena rahmat dan penyertaan-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Delivery Efficiency, Website Design, Dan Perceived Ease Of Use*, Terhadap *E-Loyalty* Melalui *E-Satisfaction* Pada Konsumen Bukalapak”. Tugas akhir 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 sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM.,Ak.,CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Dominicus Wahyu P.,SE.,MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran-saran yang berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Ibu Monica Adjeng Erwita,S.Sos.,MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran-saran yang berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi.
6. Papa, Mama, Kakak, Adik dan segenap keluarga yang telah memberikan doa, semangat dan dukungan demi terselesaikannya tugas akhir ini tepat waktu.
7. Terima kasih kepada dan Teman-teman seperjuangan kuliah Elicia, Ody, Syka, Fitri, Gabriel, Charlos, dll yang selalu mendukung dan menyemangati dan membantu dalam mengerjakan skripsi.
8. Pihak-pihak yang berkepentingan yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, Juni 2019

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK .....	xii
ABSTRACT.....	xiii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 <i>Website Quality</i> .....	9
2.1.2 <i>Website Design</i> .....	10
2.1.3 <i>Perceived Ease of Use</i> .....	10
2.1.4 <i>Delivery Efficiency</i> .....	11
2.1.5 <i>E-Satisfaction</i> .....	12
2.1.6 <i>E-Loyalty</i> .....	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	16

2.3.1 Pengaruh <i>Delivery Efficiency</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	16
2.3.2 Pengaruh <i>Website Design</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	17
2.3.3 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	18
2.3.4 Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> .....	18
2.5 Kerangka Penelitian .....	19
2.6 Hipotesis.....	19
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>20</b>
3.1 Desain Penelitian.....	20
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	20
3.2.1 Identifikasi.....	20
3.2.2 Definisi Operasional.....	20
3.2.3 Pengukuran Variabel.....	23
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	23
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	23
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan .....	24
3.5.1 Populasi.....	24
3.5.2 Sampel.....	24
3.5.3 Teknik Penyampelan.....	24
3.6 Analisis Data .....	24
3.6.1 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	25
3.6.2 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	26
3.6.3 Uji Hipotesis .....	27
<b>BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
4.1 Gambaran Umum .....	28
4.1.1 Karakteristik Responden .....	28
4.2 Deskripsi Data.....	30
4.2.1 Deskripsi Hasil Jawaban Responden .....	30
4.2.2 Variabel <i>Delivery Efficiency</i> (X1).....	31
4.2.3 Variabel <i>Website Design</i> (X2) .....	31
4.2.4 Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> (X3) .....	32
4.2.5 Variabel <i>E-Satisfaction</i> (Y1).....	33



4.2.6 Variabel <i>E-Loyalty</i> (Y2).....	34
4.3 Hasil Analisis Data.....	34
4.3.1 Evaluasi <i>Outer Model</i> .....	34
4.3.2 Uji <i>Convergen Validity</i> .....	35
4.3.3 Uji Validitas <i>Discriminant Validity</i> .....	36
4.3.4 Uji Validitas <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	37
4.3.5 <i>Composite Reliability</i> .....	38
4.3.6 Evaluasi <i>Inner Model</i> .....	38
4.3.6.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	39
4.3.6.2 Predictive Relevance ( $Q^2$ ).....	40
4.3.6.3 Pengujian Hipotesis.....	40
4.4 Pembahasan.....	44
4.4.1 Pengaruh <i>Delivery Efficiency</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	44
4.4.2 Pengaruh <i>Website Design</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	45
4.4.3 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	45
4.4.4 Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> .....	46
4.4.5 Pengaruh <i>Delivery Efficiency, Website Design, Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> melalui <i>E-Satisfaction</i> .....	47
BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN .....	49
5.1 Simpulan .....	49
5.2 Keterbatasan.....	50
5.3 Saran.....	50
5.3.1 Saran Akademis .....	50
5.3.2 Saran Praktis .....	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	15
Tabel 4.1 Hasil Karakteristik Responden Mengenai Jenis Kelamin.....	28
Tabel 4.2 Hasil Karakteristik Responden Mengenai Usia .....	29
Tabel 4.3 Hasil Karakteristik Responden Mengenai Pendidikan.....	29
Tabel 4.4 Hasil Karakteristik Responden Mengenai Pekerjaan.....	29
Tabel 4.5 Interval Rata-Rata Variabel .....	30
Tabel 4.6 Persepsi Responden pada Variabel <i>Delivery Efficiency</i> .....	31
Tabel 4.7 Persepsi Responden pada Variabel <i>Website Design</i> .....	31
Tabel 4.8 Persepsi Responden pada Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> .....	32
Tabel 4.9 Persepsi Responden pada Variabel <i>E-Satisfaction</i> .....	33
Tabel 4.10 Persepsi Responden pada Variabel <i>E-Loyalty</i> .....	34
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas Konvergen .....	35
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas <i>Cross Loading</i> .....	36
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Validitas Konstruk Menggunakan AVE.....	37
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Reliabilitas Konstruk .....	38
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	39
Tabel 4.16 Hasil Pengujian <i>Predictive Relevance</i> ( $Q^2$ ) .....	40
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Langsung.....	41
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Tidak Langsung .....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Jumlah Pengunjung <i>e-commerce</i> Triwulan keempat 2018 .....	4
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	19
Gambar 4.1 Konstruk PLS Algoritma.....	35
Gambar 4.2 Konstruk <i>Bootstrapping</i> .....	41

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Responden
- Lampiran 3. Hasil Jawaban Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Persepsi Responden terhadap *Delivery Efficiency*
- Lampiran 5. Persepsi Responden terhadap *Website Design*
- Lampiran 6. Persepsi Responden terhadap *Perceived Ease of Use*
- Lampiran 7. Persepsi Responden terhadap *E-Satisfaction*
- Lampiran 8. Persepsi Responden terhadap *E-Loyalty*
- Lampiran 9. Hasil Analisis SEM-PLS
- Lampiran 10. Konstruk PLS Algoritma
- Lampiran 11. Konstruk *Bootstrapping*

## ABSTRAK

Perkembangan internet di era saat ini sangat berkembang pesat dan internet sudah harus dipahami oleh generasi saat ini, perkembangan internet ini menjadi salah satu faktor pendukung berkembangnya *e-commerce* yang ada saat ini di Indonesia maupun di luar negeri. Banyaknya *e-commerce* saat ini membuat adanya persaingan-persaingan yang menentukan konsumen untuk tetap setia terhadap toko-toko *online* mereka masing-masing. sehingga faktor terpenting yang harus dilihat adalah loyalitas konsumen terhadap *e-commerce* saat ini, sehingga para *e-commerce* harus mencari apa yang menyebabkan konsumen mereka loyal terhadap toko *online shop* mereka tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain *website*, efisiensi pengiriman, kemudahan penggunaan yang mempengaruhi loyalitas konsumen *online* melalui kepuasan konsumen *online*. Objek dari penelitian ini adalah Bukalapak. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 142 responden. Teknik metode penyampelan yang digunakan adalah *non-probability purposive sampling* yang dimana karakteristik responden adalah pernah berbelanja di Bukalapak dan yang berdomisili di Surabaya. Data dikumpulkan dengan cara melakukan kuisisioner secara *online*. Teknik analisis data yang penelitian ini menggunakan analisis SEM dengan menggunakan program PLS.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa desain *website* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen *online*, efisiensi pengiriman berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen *online*, kemudahan pengguna berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen *online*, dan juga kepuasan konsumen *online* berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen *online* yang ada di Bukalapak.

**Kata Kunci :** *E-Commerce, Website Design, Delivery Efficiency, E-Loyalty, E-Satisfaction,*

**THE EFFECT OF DELIVERY EFFICIENCY, DESIGN WEBSITE, AND  
PERCEIVED EASE OF USE, ON E-LOYALTY THROUGH E-  
SATISFACTION IN BUKALAPAK CONSUMERS**

**ABSTRACT**

The development of the internet in the current era is very rapidly developing and the internet must be approved by the current generation, the development of the internet has become one of the supporting factors for the development of e-commerce that exists today in Indonesia and abroad. The amount of e-commerce currently creates competition that determines consumers to remain loyal to their respective online shops. So the most important factor that must be seen is the loyalty of consumers to e-commerce today, so that e-commerce must look for what causes their customers to be loyal to their online store.

This research discusses to understand website design, delivery efficiency, perceived ease of use that increases online customer loyalty through online customer satisfaction. The object of this research is Bukalapak. The sample used in this study were 142 respondents. The sampling method used is non-probability purposive sampling where the characteristics of respondents were purchased at Bukalapak and those domiciled in Surabaya. Data is collected by conducting an online questionnaire. The data analysis technique of this study used SEM analysis using the PLS program.

The results of this study prove that website design has a positive effect on online consumer satisfaction, delivery efficiency has a positive effect on online consumer satisfaction, perceived ease of use has a positive effect on online consumer satisfaction, and also online consumer satisfaction has a positive effect on the loyalty of online consumers at Bukalapak.

**Keywords: E-Commerce, Website Design, Delivery Efficiency, E-Loyalty, E-Satisfaction,**