

**PENGARUH *MOBILITY, SECURITY, STORE OFFERINGS, EASE OF USE,* DAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP NIAT MEMBELI ULANG PADA *TIKET.COM* MELALUI *SATISFACTION* DI SURABAYA**



OLEH:  
RIKART SOJATMIKO  
3103015047

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2018

**HALAMAN JUDUL**  
PENGARUH *MOBILITY, SECURITY, STORE OFFERINGS, EASE OF USE,*  
DAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP NIAT MEMBELI ULANG PADA  
TIKET.COM MELALUI *SATISFACTION* DI SURABAYA

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

OLEH :  
RIKART SOJATMIKO  
3103015047

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2018

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH MOBILITY, SECURITY, STORE OFFERINGS, EASE OF USE, DAN  
CUSTOMER SERVICE TERHADAP KENIATAN MEMBELI ULANG PADA  
TIKET.COM MELALUI SATISFACTION DI SURABAYA

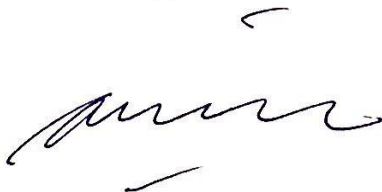
OLEH :

RIKART SOJATMIKO

3103015047

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
untuk Dijukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

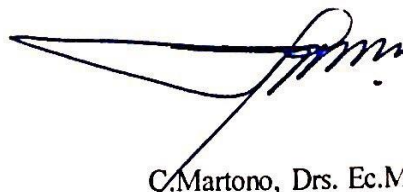


Dr, Lydia Ari Widyarini. SE., MM

Tanggal.....

NIK : 311.92.0183

Pembimbing II,



C. Martono, Drs. Ec. M. Si

Tanggal.....

NIK : 311.89.0168

**HALAMAN PENGESAHAN**

**Skripsi yang di tulis oleh Rikart Sojatmiko dengan NRP 3103015047 telah di uji pada tanggal dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji**

**Ketua tim Penguji**




**Dr. Lydia Ari Widyarini,SE.,MM  
NIK : 311.92.0183**

**Mengetahui:**

**Dekan,**  
  
**Dr. Ludovicus 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 PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rikart Sojatmiko

NRP : 3103015047

Judul Skripsi : **PENGARUH MOBILITY, SECURITY, STORE OFFERINGS, EASE OF USE, DAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP KENIATAN MEMBELI ULANG PADA TIKET.COM MELALUI SATISFACTION DI SURABAYA**

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini terbukti Plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yang akan di berikan 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 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 25-06-2019



Rikart Sojatmiko

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kepada Tuhan YME atas segala berkat dan kelimpahan sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi ini. Laporan Tugas Akhir Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan Laporan Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh Karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, M.M selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr, Lydia Ari Widyarini, SE., MM selaku dosen pembimbing 1 yang juga telah meluangkan waktunya untuk membimbing, dan memberikan pengarahan yang sangat membantu, juga ide dan saran-saran yang sangat berguna untuk kemajuan skripsi saya
4. Bapak C. Martono, Drs. Ec. M. Si selaku dosen pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan dorongan dan saran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Semua dosen dan staff tata usaha Universitas Katolik Widya Mandala yang selama ini telah banyak membantu penulis dalam pemberkasan
6. Terima Kasih banyak kepada Gabriella Lienardo, S.H yang telah memberikan motivasi dan dukungan penuh sehingga penulis berjuang kembali untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Keluarga Mama, Kakak, dan Adik, terima kasih atas doa, kasih sayang, kesabaran dan dukungan semangat serta masukan yang selama ini telah di berikan.

8. Teman ( Indah, Aprilita, Kevin, Billy, Syka, Syeli ) dan Grup *Sniper* ( Rainhard, Antonius, Nevio, Daniel ) yang selalu memberikan doa dan semangat untuk kelancaran skripsi ini.
9. Rekan-rekan penulis di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah mendukung penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan waktu, pikiran, kemampuan dan tenaga yang saya miliki. Sehingga dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik guna pengembangan selanjutnya.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkan dan penulis mohon maaf jika ada kesalahan penulisan pada skripsi ini.

Surabaya, Juni2019

Rikart Sojatmiko

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
BAB 1 .....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4.1 Manfaat Akademik .....	6
1.4.2. Manfaat praktis .....	7
BAB 2 .....	8
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Consumer Behaviour ( Perilaku Konsumen ) .....	8
2.1.2 Online Customer Experience ( OCE ) .....	9
2.1.3 Ease of Use ( Kemudahan Penggunaan ) .....	10
2.1.4 <i>Mobility</i> ( Mobilitas ) .....	10
2.1.5 <i>Security</i> ( Keamanan ) .....	11
2.1.6 <i>Store Offering</i> ( Penawaran Toko ) .....	12
2.1.7 <i>Customer Service</i> (Pelayanan Pelanggan) .....	13
2.1.8 <i>Satisfaction</i> ( Kepuasan ) .....	14
2.1.9 <i>Repurchase Intention</i> ( Niat Membeli Ulang ) .....	15
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	16
2.2.1 Pengaruh <i>Mobility</i> terhadap <i>Satisfaction</i> Konsumen .....	16
2.2.3 Pengaruh <i>Store Offering</i> Terhadap <i>Satisfaction</i> Konsumen .....	17



2.2.6 Pengaruh <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	18
2.3 Penelitian Terdahulu .....	19
2.4 Kerangka penelitian .....	21
<b>BAB 3</b> .....	9
3.1. Jenis Penelitian .....	9
3.2. Identifikasi Variabel.....	9
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	9
3.3.1 <i>Mobility</i> (Mobilitas) .....	24
3.3.2. <i>Security</i> (Keamanan).....	24
3.3.3 <i>Store Offering</i> (Penawaran Toko) .....	24
3.3.4 <i>Ease of Use</i> (Kemudahan) .....	25
3.3.5 <i>Customer Service</i> (Layanan Pelanggan) .....	25
3.3.6. <i>Satisfaction</i> (Kepuasan).....	26
3.3.7 <i>Repurchase Intention</i> ( Niat Pembelian Ulang) .....	26
3.4 Sumber Data .....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.5.1 Studi Pustaka.....	27
3.5.2 Kuesioner .....	27
3.6 Populasi dan Sampel .....	28
3.6.1. Populasi.....	28
3.6.2. Sampel.....	28
3.7 Teknik Analisis Data .....	28
3.7.2 Uji Validitas .....	29
3.7.3 Uji Reliabilitas .....	30
3.7.4 Model Struktural (Model Dalam).....	30
3.7.5 Uji Hipotesis .....	31
<b>BAB 4</b> .....	33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	33
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penilaian.....	34
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Mobilty</i> .....	35
4.2.2. Statistik Deskriptif Variabel <i>Security</i> .....	36
4.2.3. Statistik Deskriptif Variabel <i>Store Offering</i> .....	37

4.2.4. Statistik Deskriptif Variabel <i>Ease of Use</i> .....	38
4.2.5. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Service</i> .....	39
4.2.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Satisfaction</i> .....	40
4.2.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....	41
4.3 Hasil Analisis Data .....	43
4.3.1.1 Validitas Konvergen .....	43
4.3.1.3 AVE ( <i>Average Variance Extracted</i> ).....	46
4.3.1.4 <i>Composite Reliability</i> .....	48
4.4 Evaluasi <i>Inner Model</i> .....	49
4.4.1 <i>Inner Model</i> (Model Struktural) .....	50
4.4.2 Nilai R <sup>2</sup> .....	51
4.4.3 Ukuran Efek Cohen (f <sup>2</sup> ).....	51
4.4.4 Relevansi Prediktif (Q <sup>2</sup> ).....	52
4.5 Hasil Hipotesis .....	53
4.5.1 Indirect Effect.....	54
4.6 Pembahasan .....	55
4.6.1 Pengaruh <i>Mobility</i> terhadap <i>Satisfaction</i> <b>Konsumen</b> .....	55
4.6.2 Pengaruh <i>Security</i> terhadap <i>Satisfaction</i> <b>Konsumen</b> .....	56
4.6.3 Pengaruh <i>Store Offering</i> terhadap <i>Satisfaction</i> <b>Konsumen</b> .....	56
4.6.4 Pengaruh <i>Ease of Use</i> terhadap <i>Satisfaction</i> <b>Konsumen</b> .....	57
4.6.5 Pengaruh <i>Customer Service</i> terhadap <i>Satisfaction</i> <b>Konsumen</b> .....	57
4.6.6 Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	58
4.6.7 <i>Indirect Effect</i> .....	58
<b>BAB 5</b> .....	60
5.1 Simpulan.....	60
5.2 Keterbatasan .....	61
5.3 Saran.....	61
5.3.1 Saran Akademik .....	61
5.3.2 Saran Praktis .....	62
<b>Daftar Pustaka</b> .....	63
<b>LAMPIRAN</b> .....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	68
Lampiran 2 .....	72
Lampiran 3 .....	73
Lampiran 4 .....	73
Lampiran 5 .....	74
Lampiran 6 .....	75
Lampiran 7 .....	75
Lampiran 8 .....	75
Lampiran 9 .....	75
Lampiran 10 .....	76
Lampiran 11 .....	76

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Prediksi Pasar E-Commerce

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

Gambar 4.1 Outer Model

Gambar 4.2 AVE

Gambar 4.3 Inner Model

## DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 Situs Penjualan Tiket di Indonesia Periode Januari 2017
- Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu
- Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili
- Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Membeli
- Tabel 4.3 Kelompok Interval Penilaian
- Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel *Mobilty*
- Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel *Security*
- Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel *Store Offering*
- Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel *Ease of Use*
- Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel *Customer Service*
- Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel *Satisfaction*
- Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel *Repurchase Intention*
- Tabel 4.11 Validitas Konvergen
- Tabel 4.12 Validitas Diskriminan (*Cross Loading*) Indikator
- Tabel 4.13 AVE
- Tabel 4.14 Korelasi Antar Konstruk
- Tabel 4.15 *Composite Reliability*
- Tabel 4.16 Nilai  $R^2$
- Tabel 4.17 Nilai Efek Cohen setiap Jalur
- Tabel 4.18 Nilai Relevansi Prediktif Setiap Variabel Endogen
- Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis pada Model Penelitian
- Tabel 4.20 *Indirrect Effect*

**PENGARUH *MOBILITY, SECURITY, STORE OFFERINGS, EASE OF USE, DAN CUSTOMER SERVICE* TERHADAP KENIATAN MEMBELI ULANG PADA *TIKET.COM* MELALUI *SATISFACTION* DI SURABAYA**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah melakukan analisis terhadap pengaruh *mobility, security, store offerings, ease of use, dan customer service* terhadap niat membeli ulang pada *tiket.com* melalui *satisfaction* di *tiket.com*. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Penelitian yang menjelaskan bentuk hubungan antara variabel eksogen dengan variabel endogen, menganalisis pengaruh *mobility, security, store offerings, ease of use, dan customer service* sebagai variabel eksogen. Niat membeli ulang melalui *satisfaction* sebagai variabel endogen. Jumlah sampel penelitian sebanyak 100 sampel. Teknik analisis data menggunakan *structural equation model* dengan menggunakan program *smartpls 3.0*.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan: (1) *mobility* berpengaruh terhadap *satisfaction*, (2) *security* berpengaruh terhadap *satisfaction*, (3) *store offering* berpengaruh terhadap *satisfaction*, (4) *ease of use* berpengaruh terhadap *satisfaction*, (5) *customer service* berpengaruh terhadap *satisfaction*, (6) *satisfaction* berpengaruh terhadap *repurchase intention*.

Kata kunci : *mobility, security, store offerings, ease of use, customer service, satisfaction, repurchase intention*

**THE IMPACT OF MOBILITY, SECURITY, STORE OFFERINGS, EASE  
OF USE, AND CUSTOMER SERVICE TOWARD REPURCHASE  
INTENTION AT TIKET.COM THROUGH SATISFACTION IN  
SURABAYA**

**ABSTRACT**

The purpose of this research is to analyze the impact of mobility, security, store offerings, ease of use, and customer service toward repurchase intention through satisfaction at Tiket.com. This research uses research design qualitative. This research explains the relationship between exogenous and endogenous variables; analyze the impact of mobility, security, store offerings, ease of use, and customer service as exogenous variables, while repurchase intention through satisfaction as an endogenous variable. The number of research sample is 100 samples. The data analysis technique uses a structural equation model using the smartpls 3.0 program. The result of this research can be concluded: (1) mobility has an impact on satisfaction, (2) security has an impact on satisfaction, (3) store offerings has an impact on satisfaction, (4) ease of use has an impact on satisfaction; (5) customer service has an impact on satisfaction, (6) satisfaction has an impact on repurchase intention.

Keywords: *mobility, security, store offerings, ease of use, customer service, satisfaction, repurchase intention*