

**PENGARUH *USABILITY* DAN *INFORMATION QUALITY*  
TERHADAP *PURCHASE INTENTION*  
PADA WEBSITE UPLINK.ID**



**OLEH:**

**Joe Billy Agung  
1723019001**

**FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
2023**

**PENGARUH *USABILITY* DAN *INFORMATION QUALITY*  
TERHADAP *PURCHASE INTENTION*  
PADA WEBSITE UPLINK.ID**

Skripsi diajukan kepada  
**FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN UNIVERSITAS KATOLIK  
WIDYA MANDALA SURABAYA**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar  
Sarjana Bisnis Fakultas Kewirausahaan

**OLEH:**  
**Joe Billy Agung**  
**1723019001**

**FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

**2023**

**ii**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Joe Billy Agung      NRP :1723019001  
Telah diuji pada tanggal 10 Juli 2023 dan dinyatakan lulus oleh Tim  
Penguji.

Ketua Tim Penguji

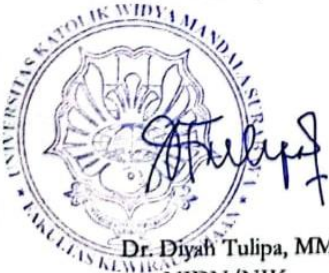


Nama: Dr. Sandi Lenandi S.L., ST.,MM  
NIDN/NIK: 0710128904

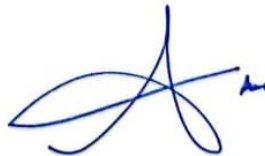
Mengetahui:

Dekan,

Ketua Program Studi,



Dr. Diah Tulipa, MM  
NIDN/NIK.  
0726077203/172.02.0543



Aldo Hardi Sancoko, SE., MM.  
NIDN/NIK.  
0730089301/172.18.0997

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Joe Billy Agung

NRP : 1723019001

Judul Skripsi : Pengaruh *Usability* dan *Information Quality* Terhadap *Purchase Intention* pada *Website Uplink.id*

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 3 Juli 2023

Yang Menyatakan,



Joe Billy Agung

# HALAMAN PERSETUJUAN

## SKRIPSI

### PENGARUH *USABILITY* DAN *INFORMATION QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA *WEBSITE UPLINK.ID*

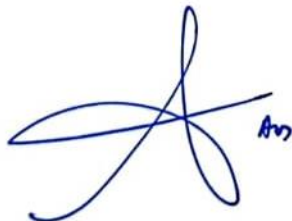
Oleh:

Joe Billy Agung

1723019001

Telah disetujui dan diterima untuk diajukan  
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I



Aldo Hardi Sancoko, SE., MM.

NIDN: 0730089301

Tanggal: 3/7/2023

Pembimbing II



Dr. Sandi Lenandi S.L, ST., MM.

NIDN: 070128904

Tanggal: 3/7/2023

## KATA PENGANTAR

Terima kasih kepada Tuhan Yesus karena telah menemani saya dari awal sampai akhir penelitian ini. Atas terlaksananya penulisan penelitian ini maka penulis telah menyelesaikan tugas akhir sebagai mahasiswa yang berupa skripsi dengan judul Pengaruh *Usability dan Information Quality terhadap Purchase Intention* pada Website Uplink.id.

Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang mendukung terselesaikannya penelitian ini. Dengan segala ketulusan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Diyah Tulipa, MM. Selaku Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2. Bapak Aldo Hardi Sancoko, SE, MM. Selaku Wakil Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan Dosen Pembimbing I
3. Bapak Dr. Sandi Lenandi S.L. ST., MM. Selaku Dosen Pembimbing II
4. Orang tua dan segenap keluarga
5. Keluarga kedua, Jody, Gaby, Caroline dan Erika

Selaku penulis, saya menyadari bahwa penulisan saya masih sangat jauh dari kata sempurna. Maka dari itu saya memohon maaf sebesar-besarnya apabila ditemukan kesalahan penulisan dalam skripsi ini. Saya sebagai penulis sangat terbuka akan adanya kritik dan saran membangun dari para pembaca guna peningkatan ilmu pengetahuan. Saya harap karya ilmiah ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 3 Juli 2023  
Peneliti,



Joe Billy Agung

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL.....   | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                   | iii  |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....                | iv   |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                                  | v    |
| KATA PENGANTAR.....  | vi   |
| DAFTAR ISI.....  | viii |
| DAFTAR TABEL.....  | ix   |
| DAFTAR GAMBAR.....   | x    |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                       | xi   |
| ABSTRACT .....   | xii  |
| ABSTRAK.....   | xiii |
| BAB 1. PENDAHULUAN.....                                    | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....                                    | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                  | 3    |
| 1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian .....             | 4    |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....                                | 4    |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....                               | 4    |
| 1.6 Sitematika Penulisan.....                              | 4    |
| BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN<br>HIPOTESIS..... | 6    |
| 2.1 Penelitian Terdahulu.....                              | 6    |
| 2.2 Landasan Teori.....                                    | 17   |
| 2.3 Hubungan Variabel.....                                 | 19   |
| 2.4 Kerangka Penelitian/Konseptual .....                   | 20   |
| 2.5 Pengembangan Hipotesis .....                           | 20   |
| BAB 3. METODE PENELITIAN.....                              | 21   |
| 3.1 Desain Penelitian .....                                | 21   |
| 3.2 Obyek Penelitian.....                                  | 21   |
| 3.3 Populasi dan Sampel.....                               | 21   |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data.....                           | 22   |
| 3.5 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel.....    | 22   |
| 3.6 Statistik Deskriptif dan Skala Pengukuran Data.....    | 24   |
| 3.7 Teknik Analisis Data .....                             | 24   |
| BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....               | 27   |
| 4.1 Penyebaran dan Pengambilan Kuesioner.....              | 27   |

|   |    |
|---|----|
| 4.2 Gambaran Umum Responden<br>(Karakteristik Demografi)..... | 27 |
| 4.3 Statistik Deskriptif Data.....                            | 28 |
| 4.4 Hasil Uji Analisis Data .....                             | 31 |
| 4.5 Pembahasan .....  | 36 |
| BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....                              | 38 |
| 5.1 Kesimpulan.....   | 38 |
| 5.2 Saran .....   | 38 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian.....                              | 38 |
| DAFTAR PUSTAKA.....   | 39 |
| LAMPIRAN.....   | 44 |



## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Ini.... | 8  |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden .....                               | 27 |
| Tabel 4.2 Interval Penelitian .....                                   | 29 |
| Tabel 4.3 Statistik Deskriptif.....                                   | 29 |
| Tabel 4.4 Outer Loading .....   | 31 |
| Tabel 4.5 Uji Validitas .....   | 32 |
| Tabel 4.6 Uji Cross Loadings .....                                    | 33 |
| Tabel 4.7 Uji Reabilitas .....  | 33 |
| Tabel 4.8 R Square.....   | 34 |
| Tabel 4.9 Q-Square.....   | 34 |
| Tabel 4.10 Uji Hipotesis .....  | 36 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....   | 8  |
| Gambar 4.1 <i>Path Analysis</i> ..... | 35 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                              |    |
|------------------------------|----|
| Lampiran Kuesioner.....      | 8  |
| Lampiran Tabulasi Data ..... | 27 |

## ABSTRACT

*Internet users in Indonesia have reached 204.7 million users in 2022. In addition to that, social media users have reached 191.4 million users in the same year. These numbers lead to a phenomenon which shows that there will be new internet users every year and these new users are able to do soft selling through digital marketing. Digital marketing is a strategy that employs website, social media, email, application, etc., to advertise or promote one's business. When implementing digital marketing, businesses would need to put up links to their contact number, e-commerce sites (if any), other social media profiles, etc. With that many links that need to be shown to customers, Uplink.id website is developed to help businesses gather their needed links to be just a single link.*

*The objective of this research is to comprehend how usability and information quality influence purchase intention on Uplink.id website. In order to get accurate results for this research, a quantitative approach is used, and the data is collected through online questionnaires via Google Forms which results in a total of 160 respondents, with an age of at least 20 years old and a maximum of 35 years old. The respondents also should be an entrepreneur who has ever used Uplink.id website. The SmartPLS application is then used to process the responses of the questionnaires. The findings convey that usability and information quality has a positive influence on purchase intention.*

*Keywords: Usability, Information Quality, Purchase Intention*

## ABSTRAK

Pengguna internet di Indonesia telah mencapai 204,7 juta pengguna pada tahun 2022. Selain itu, pengguna media sosial telah mencapai 191,4 juta pengguna pada tahun yang sama. Angka-angka tersebut menimbulkan fenomena yang menunjukkan bahwa akan ada pengguna internet baru setiap tahunnya dan pengguna baru tersebut mampu melakukan *soft selling* melalui *digital marketing*. *Digital marketing* adalah strategi yang menggunakan situs web, media sosial, email, aplikasi, dan lain-lain untuk mengiklankan atau mempromosikan bisnis seseorang. Saat menerapkan *digital marketing*, sebuah bisnis perlu memasang tautan yang menghubungkan ke nomor kontak mereka, situs *e-commerce* (jika ada), profil media sosial lainnya, dan lain-lain. Dengan banyaknya tautan yang perlu disampaikan kepada pelanggan, *website* Uplink.id dikembangkan untuk membantu bisnis menggabungkan tautan yang mereka butuhkan menjadi hanya satu tautan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana *usability* dan *information quality* mempengaruhi *purchase intention* pada *website* Uplink.id. Untuk mendapatkan hasil yang akurat pada penelitian ini, digunakan metode kuantitatif, dan data dikumpulkan melalui kuesioner online melalui *Google Forms* yang menghasilkan total 160 responden, dengan usia minimal 20 tahun dan maksimal 35 tahun. Responden juga harus merupakan pengusaha yang pernah menggunakan *website* Uplink.id. Aplikasi SmartPLS kemudian digunakan untuk mengolah jawaban dari kuesioner. Temuan menyampaikan bahwa *usability* dan *information quality* memiliki pengaruh positif pada *purchase intention*.

Kata Kunci: *Usability, Information Quality, Purchase Intention*