

PENGARUH *WEBSITE DESIGN* DAN *SECURITY*
TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY*
DENGAN MEDIASI *E-CUSTOMER SATISFACTION*
PADA KONSUMEN ZALORA



OLEH:

MERY CHRISTABELLA YONGGARA
3103013113

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *WEBSITE DESIGN* DAN *SECURITY*
TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY*
DENGAN MEDIASI *E-CUSTOMER SATISFACTION*
PADA KONSUMEN ZALORA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

MERY CHRISTABELLA YONGGARA

3103013113

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *WEBSITE DESIGN* DAN *SECURITY*
TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY*
DENGAN MEDIASI *E-CUSTOMER SATISFACTION*
PADA KONSUMEN ZALORA**

Oleh:

Mery Christabella Yonggara
3103013113

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan

Kepada Tim Penguji

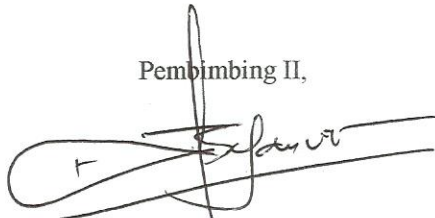
Pembimbing I,



Dra. Ec. Lydia Ari W., MM.

Tanggal: 23 / 11 / 17

Pembimbing II,



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

Tanggal: 23 / 11 / 17

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Mery Christabella Yonggara NRP 3103013113
Telah diuji pada tanggal 3 Februari 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji

Ketua Tim Penguji



Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM.
NIK. 311. 92. 0183

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi. MM
NIK. 321. 99. 0370

Elisabeth Supriharyanti. SE.M.Si
NIK. 311. 99. 0369

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MERY CHRISTABELLA YONGGARA

NRP : 3103013113

Judul : **PENGARUH *DESIGN WEBSITE DAN SECURITY*
TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY*
DENGAN MEDIASI *E-CUSTOMER SATISFACTION*
PADA KONSUMEN ZALORA**

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI Karya Tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis 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, 24 Januari 2017
Yang menyatakan,



Mery Christabella Yonggara

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus atas anugerahNya. Limpahan kasih karunia dan rahmatNya yang selalu diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Design Website dan Security terhadap E-Customer Loyalty dengan mediasi E-Customer Satisfaction pada Konsumen Zalora*”. yang dapat selesai dengan tepat waktu.

Dan tidak hanya itu saja, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti. SE. M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen UniversitasWidya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengarahan yang sangat berguna, dan ide cemerlang yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak A. Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing yang juga telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengajaran dan pengarahan yang sangat membantu, ide dan saran-saran yang sangat berguna.
5. Semua dosen dan tata usaha Universitas Katolik Widya Mandala yang selama ini telah banyak membantu penulis dalam banyak hal.

6. Papa dan mama yang selalu mengingatkan untuk terus semangat, memberikan doa, dukungan, dan nasehat dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Sahabat terdekat penulis (Ko Natan, Ko Frans, Novi, Ade, Victor, David, Yosep) yang selalu memberikan doa dan semangat untuk kelancaran skripsi ini.
8. Teman-teman perkuliahan konsentrasi ritel terutama Novi, Yosep seluruh angkatan 2013 dan teman – teman lain.
9. Rekan-rekan penulis di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah mendukung penulis dengan apa adanya.

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 memohon maaf apabila ada kesalahan penulisan pada skripsi ini.

Surabaya, 24 Januari 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	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	13
2.3. Hubungan Antar Variabel	26
2.4. Kerangka Penelitian	30
2.5. Hipotesis	30
BAB 3 METODE PENELITIAN	31
3.1. Jenis Penelitian	31
3.2. Identifikasi Variabel	31
3.3. Definisi Operasional Variabel	32
3.4. Pengukuran Variabel	34
3.5. Jenis dan Sumber Data	35

3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	36
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.8. Teknik Analisis Data	38
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	45
4.1. Karakteristik Responden	45
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	48
4.3. Uji Normalitas	53
4.4. Uji Validitas dan Reliabilitas	55
4.5. Uji Kecocokan Model Struktural	58
4.6. Uji Kecocokan Keseluruhan Model	60
4.7. Uji Hipotesis.....	61
4.8. Pembahasan.....	64
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1. Simpulan	68
5.2. Saran.....	68
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	12
Tabel 3.1. Interval Rata-Rata Skor	35
Tabel 3.2. <i>Goodness of Fit Index</i>	44
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja	48
Tabel 4.5. Derajat Penelitian Setiap Variabel	49
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Website Design</i>	49
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Security</i>	50
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>E-Customer Satisfaction</i>	51
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>E-Customer Loyalty</i>	52
Tabel 4.10. Hasil Uji Normalitas <i>Univariate</i>	54
Tabel 4.11. Hasil Uji Normalitas <i>Multivariate</i>	55
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.14. Hasil <i>Direct Effect</i> dan <i>Indirect Effect</i>	58
Tabel 4.15. Hasil <i>Goodness of Fit Index</i>	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Teori MIAC	17
Gambar 4.1. Hasil Standardized Solution.....	57
Gambar 4.2. Hasil T-Values	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Jawaban Karakteristik Responden

Lampiran 3. Jawaban Responden

Lampiran 4. Frekuensi Karakteristik Responden

Lampiran 5. Statistik Deskriptif Variabel

Lampiran 6. Uji Normalitas

Lampiran 7. Perhitungan Reliabilitas

Lampiran 8. Output SEM

Lampiran 9. Path Diagram

ABSTRAK

Di era modern ini perkembangan teknologi tumbuh semakin pesat sehingga menyebabkan internet tidak dapat lepas dari sebagian orang. Perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini, membuat seseorang menjadi lebih mudah untuk berbelanja. Belanja tidak harus dengan datang ke toko, tetapi dengan menggunakan internet saja konsumen bisa berbelanja dengan mudah, dan juga memiliki berbagai pilihan produk yang sangat beragam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *website design* dan *security* terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction* pada konsumen Zalora.

Populasi dari penelitian ini adalah para pengguna internet yang melakukan pembelian di Zalora. Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel berjumlah 100 responden yaitu pria dan wanita yang melakukan pembelian minimal 2 kali dalam kurun waktu 6 bulan di Zalora. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dibagikan melalui media online. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah SEM (*structural equation modeling*).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *website design* mempunyai pengaruh terhadap *e-customer satisfaction*. *Security* mempunyai pengaruh terhadap *e-customer satisfaction*. *E-customer satisfaction* mempunyai pengaruh terhadap *e-customer loyalty*. *Website design* mempunyai pengaruh terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction*. *Security* mempunyai pengaruh terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction*.

Kata Kunci : *website design*,, *security*, *e-customer satisfaction*, *e-customer loyalty*

ABSTRACT

In this modern era of technological development is growing more rapidly, causing the Internet can not be separated from some people. Rapid technological development today, make a person become easier to shop. Shopping does not have to come to the store alone, but by using the Internet, consumers can shop with ease, and also has a wide selection of products is very diverse. The purpose of this study was to identify the effect of website design and security on e-customer loyalty with the mediation of e-customer satisfaction to the consumer Zalora.

The population of this research is Internet users that do purchase in Zalora. Sampling used in this study is nonprobability sampling and sampling using purposive sampling. Sample of 100 respondents, men and women that do purchase minimum two times in six months on Zalora. Collecting data using questionnaires distributed through online media. Data analysis techniques used in the study is a SEM (structural equation modeling).

The test results show that website design has influence on e-customer satisfaction. Security has influence on e-customer satisfaction. E-customer satisfaction has influence on e-customer loyalty. Website design has influence on e-customer loyalty through e-customer satisfaction. Security has influence one-customer loyalty through e-customer satisfaction.

Keywords : *website design,, security, e-customer satisfaction, e-customer loyalty*