

**ANALISIS DIMENSI *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN TOKO *ONLINE***



OLEH:

CELIA FAUSTINE NOVELIA

3103010102

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2014

**ANALISIS DIMENSI *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN TOKO *ONLINE***

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

CELIA FAUSTINE NOVELIA

3103010102

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

ANALISIS DIMENSI *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN TOKO *ONLINE*

OLEH:

CELIA FAUSTINE NOVELIA

3103010102

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Fenika Wulani, SE., M.Si

Tanggal: 10 APRIL 2014.....



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si

Tanggal: 14 APRIL 2014.....

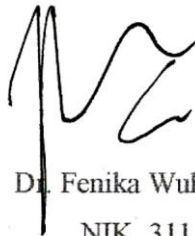
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : CELIA FAUSTINE NOVELIA

NRP : 3103010102

Telah diuji pada Jumat, 9 Mei 2014 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Dr. Fenika Wulani, SE., M.Si

NIK. 311.96.0252

Mengetahui:



Dekan
UNIVERSITAS KATOLIK INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
Dr. Ludovikus Lasdi, SE., MM
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si

NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Celia Faustine Novelia

NRP : 3103010102

Judul Skripsi : Analisis Dimensi *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Toko *Online*.

Menyatakan bahwa tugas akhir 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, **MEI 2014**

Yang Menyatakan,



(Celia Faustine Novelia)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala kelimpahan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit, SE., M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Doping 1 Ibu Dr. Fenika Wulani, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing I Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Doping 2 Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing II Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.

7. Orang tua dan keluarga yang telah mendukung penulis, baik dalam doa, dukungan, dan sebagainya untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman dan sahabat Widya Mandala yang tidak dapat disebutkan satu-persatu atas doa, semangat, dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Dan pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuannya. Semoga atas bimbingan serta perhatian yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan penulis dapat menerima saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Surabaya, Mei 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Sistematika Penulisan.....	11
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	12
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Konsep <i>E-Retailing</i>	13
2.3. Konsep <i>Website</i>	16
2.4. Konsep Kepuasan Pelanggan.....	20
2.5. Konsep Dimensi <i>E-Service Quality</i>	22
2.6. Hubungan Antar Variabel	28
2.7. Kerangka Berpikir.....	30

2.8. Perumusan Hipotesis	31
BAB 3. METODE PENELITIAN	32
3.1. Jenis Penelitian	32
3.2. Identifikasi Variabel	32
3.3. Definisi Operasional	33
3.4. Data dan Sumber Data	35
3.5. Alat dan Metode Pengumpulan Data	35
3.6. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel ..	36
3.7. Analisis Data.....	38
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Karakteristik Responden.....	41
4.2. Statistik Deskriptif.....	44
4.3. Analisis Data.....	49
4.3.1. Uji Validitas.....	49
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	50
4.3.3. Hasil Analisis Regresi.....	51
4.3.4. Uji Signifikansi Individual.....	51
4.3.5. Uji Signifikansi Simultan.....	54
4.3.6. Uji Koefisien Determinasi.....	54
4.4. Pembahasan.....	54
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	58
5.1. Simpulan	58
5.2. Saran	58
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	61
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	12
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Yang Ditempuh.....	42
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	43
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	43
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	44
Tabel 4.6. Interval Skala Penilaian Responden.....	44
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel Keamanan (X1).....	45
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan (X2).....	46
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel Desain Situs (X3).....	47
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Variabel Informasi (X4).....	47
Tabel 4.11. Statistik Deskriptif Variabel Navigasi (X5).....	48
Tabel 4.12. Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen <i>Online</i> (Y).....	49
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.15. Hasil Uji Signifikansi.....	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Grafik Data Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Gambar 2.1. Kerangka Berpikir.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuisisioner
- Lampiran 2. Hasil Kuisisioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6. Hasil Analisis Regresi

ABSTRAK

Perkembangan teknologi menyebabkan perubahan perilaku dan budaya masyarakat dari yang bersifat tradisional menjadi semakin modern. Perkembangan teknologi ini ditandai dengan semakin tingginya tingkat penggunaan media *internet*. Media *internet* dianggap sebagai sarana komunikasi maupun media untuk menjalankan bisnis. Tingginya penggunaan media *internet*, menyediakan peluang bisnis yang cukup besar bagi para peritel *online*. Demi mencapai keunggulan bersaing, para peritel *online* ini harus dapat menyediakan kualitas layanan yang baik demi memuaskan konsumennya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh dimensi-dimensi *e-service quality* terhadap kepuasan konsumen *online*.

Dimensi-dimensi *e-service quality* yang akan diteliti meliputi keamanan, kemudahan penggunaan, desain situs, informasi dan navigasi. Sampel yang digunakan berjumlah 110 orang yang merupakan mahasiswa jurusan manajemen Strata 1 dan Magister Manajemen Strata 2, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang berusia antara 17-35 tahun dan melakukan belanja *online*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuisisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa dimensi-dimensi *e-service quality* yang meliputi keamanan, kemudahan penggunaan, desain situs, informasi dan navigasi, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen *online*.

Kata Kunci: *E-Service Quality*, *Kepuasan Konsumen Online*.

ABSTRACT

Technological developments lead to changes in behavior and culture from traditional to more modern. Technological development is characterized by increasing levels of use of the Internet media. Internet media is considered as a means of communication and a media to run a business. The high use of the Internet media, provide substantial business opportunities for online retailers. To achieve competitive advantage, online retailers should be able to provide good quality services to satisfy customers. The purpose of this study was to analyze the influence of the dimensions of e-service quality on online customer satisfaction.

The dimensions of e-service quality that will be examined include security, ease of use, site design, information and navigation. The samples used 110 people who are undergraduates and postgraduates of management department at Widya Mandala Catholic University Surabaya, aged between 17-35 years and do online shopping. Data was collected using a questionnaire. The analysis technique used is multiple linear regression analysis with SPSS program. The results of the analysis showed that the dimensions of e-service quality that includes security, ease of use, site design, information and navigation, has a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: E-Service Quality, Online Customer Satisfaction.