

**PENGARUH *EFFORT EXPECTANCY*, *PERFORMANCE EXPECTANCY*, *SELF-EFFICACY* ONLINE SHOPPING TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DI MATAHARIMALL.COM MELALUI KEPUASAAN SEBAGAI MEDIATOR**



**Oleh :**

**Siauw Fraindy Siauw Lianto**

**3103011328**

**Fakultas Bisnis**

**Jurusan Manajemen**

**Universitas Katolik Widya Mandala**

**Surabaya**

**2017**

**PENGARUH *EFFORT EXPECTANCY*, *PERFORMANCE EXPECTANCY*, *SELF-EFFICACY* ONLINE *SHOPPING* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DI MATAHARIMALL.COM MELALUI KEPUASAAN SEBAGAI MEDIATOR**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

SIAUW FRAINDY SIAUW LIANTO

3103011328

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2017

**HALAMAN PERSETUJUAN  
SKRIPSI**

**PENGARUH EFFORT EXPECTANCY, PERFORMANCE  
EXPECTANCY, SELF-EFFICACY ONLINE SHOPPING  
TERHADAP REPURCHASE INTENTION DI  
MATAHARIMALL.COM MELALUI KEPUASAAN SEBAGAI  
MEDIATOR**

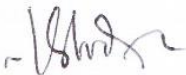
OLEH:

SIAUW FRAINDY SIAUW LIANTO

3103011328

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si.

Tanggal: 14 Juli 2017

Pembimbing II,



Dra. Ec. Ani Suhartatik, MM.

Tanggal: 17 Juli 2017

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis: Siauw Fraindy SiauwLianto NRP 3103011328

Telah diuji pada tanggal 01 Agustus 2017 dan dinyatakan lulus

oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. C. Erna Susilawati, S.E., M.Si

NIK: 311.97.0268

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA

NIK: 321.99.0370



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 Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SIAUW FRAINDY SIAUW LIANTO

NRP : 3103011328

Judul Skripsi : Pengaruh *Effort Expectancy*, *Performance Expectency*, *Self-Efficacy* online *shopping* terhadap *Repurchase Intention* di

MATAHARIMALL.COM melalui kepuasan konsumen sebagai mediator

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, 12 Juli 2017

nyatakan



(Siauw Fraindy Siauw Lianto)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus, karena rahmat dan bimbingannya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Effort Expectancy*, *Performance Expectancy*, *Self-Efficacy* online *shopping* terhadap *Repurchase Intention* di MATAHARIMALL.COM melalui kepuasan konsumen sebagai mediator”. Ini 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 tak terhingga antara lain untuk:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM Dekan Universitas Widya Mandala Surabaya.
2. Robertus Sigit H. L., SE., M. SC Ketua Jurusan Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya
3. Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si. Sebagai dosen pembimbing 1 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.

4. Dra. Ec. Ani Suhartatik, MM. Sebagai dosen pembimbing 2 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
5. Semua Bapak/Ibu dosen yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
6. Orang tua dan saudara atas dukungan doa serta kasih sayangnya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.
7. Kekasih tercinta, Chariesta Damara yang selalu memberikan semangat dalam mengerjakan tugas akhir ini dan selalu menemani dalam suka maupun duka, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir tersebut.
8. Teman-teman grup Amora, Aryanatha Wahyu, Juan Cahyo, Calvin Rekwan, Rocky Rambli yang telah memberikan dukungan selama kuliah sampai saat ini dan telah menjadi teman terbaik, serta teman-teman yang telah membantu dalam penulisan tugas akhir ini.
9. Sahabat-sahabat tercinta, dan teman-teman angkatan 2011 yang telah menemani dan memberikan dukungan moral juga menemani dalam suka dan duka.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi kepentingan masyarakat luas dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada khususnya.

Surabaya, 12 Juli 2017

Siauw Fraindy Siauw Lianto



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABSTRAK.....	xiii
Abstract.....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Peneltian.....	11
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN .....	12
2.1. Penelitian Terdahulu.....	12
2.2. Landasan Teori.....	13
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	23
2.4. Model Penelitian.....	25
2.5. Hipotesis.....	25

BAB 3. METODE PENELITIAN .....	26
3.1. Desain Penelitian .....	26
3.2. Identifikasi Variabel .....	26
3.3. Definisi Operasional Variabel .....	27
3.4. Jenis Data dan Sumber Data .....	29
3.5. Skala Pengukuran Variabel .....	29
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	30
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	30
3.8. Teknik Analisis Data .....	32
BAB 4. HASIL PENELITIAN .....	38
4.1. Hasil Analisis Data .....	38
4.2. Karakteristik Responden .....	38
4.3. Statistik Deskriptif Jawaban Responden .....	41
4.4. Analisis Data Penelitian .....	48
4.5. Model Pengukuran atau <i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	50
4.6. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	52
4.7. Model Struktural atau <i>Structural Equation Model</i> .....	54
4.8. Uji Kecocokan Model Struktural .....	57
4.9. Uji Hipotesis Penelitian .....	58
4.10. Pembahasan .....	60
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN .....	64
5.1. Kesimpulan .....	64
5.2. Saran .....	65

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1. Enam <i>E-commerce</i> Terkaya di Indonesia .....	4
Tabel 1.2. Jumlah pengunjung toko online B2C di Indonesia periode April 2015 – Maret 2016 .....	5
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini.....	12
Tabel 3.1. <i>Goodness of Fit</i> .....	36
Tabel 4.1. Usia.....	38
Tabel 4.2. Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.3. Tingkat Pendidikan .....	40
Tabel 4.4. Pendapatan Perbulan.....	41
Tabel 4.5. Interval Rata-Rata Skor .....	42
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Effort Expectancy</i> .....	43
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Performance Expectancy</i> .....	44
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Self-Efficacy</i> .....	45
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	46
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Variabel Niat Beli Ulang .....	47
Tabel 4.11. Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> .....	49
Tabel 4.12. Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> .....	50
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas Data.....	52
Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.15. Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i> .....	58
Tabel 4.16. Pengujian Hipotesis .....	59

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Jumlah dan Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia .....	1
Gambar 2.7. Konstruk SCT .....	14
Gambar 2.8. Konstruk UTAUT .....	15
Gambar 2.9. Model Penelitian .....	24
Gambar 4.1. Model Pengukuran dengan <i>Standardized Solution</i> .....	51
Gambar 4.2. Model Struktural dengan <i>Estimated</i> .....	54
Gambar 4.3. Model Struktural dengan <i>T-Value</i> .....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. KUESIONER
- Lampiran 2. KARATERISTIK RESPONDEN
- Lampiran 3. DATA PENELITIAN
- Lampiran 4. STATISTIK DESKRIPTIF
- Lampiran 5. UJI VALIDITAS
- Lampiran 6. UJI RELIABILITAS
- Lampiran 7. UJI NORMALITAS
- Lampiran 8. OUTPUT SEM
- Lampiran 9. GAMBAR *STANDARDIZED SOLUTION*
- Lampiran 10. GAMBAR *ESTIMATES*
- Lampiran 11. GAMBAR *T-VALUE*

## ABSTRAK

Bisnis online shopping telah menjadi salah satu jenis usaha yang memiliki prospek cukup baik dimasaini. Untuk bersaing, MATAHARIMALL.COM membangun program yang lebih memudahkan konsumen dalam mengakses situs MatahariMall.com dan menyediakan berbagai jenis *fashion*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Effort Expectancy*, *Performance Expectancy*, *Self-Efficacy* online shopping terhadap *Repurchase Intention* di MATAHARIMALL.COM melalui kepuasan konsumen sebagai mediator. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan jumlah responden sebanyak 180 orang konsumen MATAHARIMALL.COM di Surabaya. Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SEM dengan bantuan program LISREL. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa *Effort Expectancy*, *Performance Expetency*, *Self-Efficacy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* di MATAHARIMALL.COM melalui kepuasan konsumen sebagai mediator.

Kata Kunci: *Effort Expectancy*, *Performance Expectancy*, *Self-Efficacy*, *Repurchase Intention*

## ABSTRACT

*Online shopping business has become one type of business that has a pretty good prospect in this time. To compete, MATAHARIMALL.COM build a program that makes it easier for consumers to access MatahariMall.Com site and provide various kinds of fashion. This study aims to examine the Effort Expectancy, Performance Expectancy, Self-Efficacy online shopping on Repurchase Intention at MATAHARIMALL.COM through customer satisfaction as mediator. The sampling technique used is purposive sampling, with the number of respondents as many as 180 consumers MATAHARIMALL.COM in Surabaya. Data collected using questionnaires. The data analysis technique used is SEM analysis with the help of LISREL program. The results of this analysis show that Effort Expectancy, Performance Expectancy, Self-Efficacy has a positive and significant influence on Repurchase Intention in MATAHARIMALL.COM through customer satisfaction as mediator.*

*Keywords: Effort Expectancy, Performance Exposure, Self-Efficacy, Repurchase Intention*