

**PENGARUH *WEB DESIGN* DAN *PAYMENT SYSTEM*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION, *CUSTOMER TRUST*, DAN
PERCEIVED VALUE PADA SITUS *E-COMMERCE*
BLIBLI.COM DI SURABAYA**



OLEH:

**MELVIN KUSUMO
3103014093**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH WEB DESIGN DAN PAYMENT SYSTEM TERHADAP
REPURCHASE INTENTION MELALUI CUSTOMER
SATISFACTION, CUSTOMER TRUST, DAN PERCEIVED VALUE
PADA SITUS E-COMMERCE BLIBLI.COM DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

Oleh:
MELVIN KUSUMO
3103014093

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Melvin Kusumo

NRP : 3103014093

Judul Skripsi : Pengaruh *Web Design* dan *Payment System* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction*, *Customer Trust*, dan *Perceived Value* pada situs *e-commerce* Blibli.com di Surabaya

Menyatakan tugas akhir skripsi ini merupakan karya tulis sendiri. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen 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, 18 Mei 2018

Yang menyatakan,



Melvin Kusumo

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

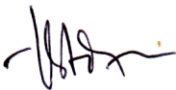
**PENGARUH WEB DESIGN DAN PAYMENT SYSTEM TERHADAP
REPURCHASE INTENTION MELALUI CUSTOMER
SATISFACTION, CUSTOMER TRUST, DAN PERCEIVED VALUE
PADA SITUS E-COMMERCE BLIBLI.COM DI SURABAYA**

Oleh:
MELVIN KUSUMO
3103014093

Telah disetujui dan diterima dengan baik
Untuk diajukan kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.SI

Tanggal: 18 Mei 2018



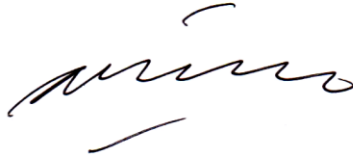
Deatri Arumsari Agung, SE., M.SC

Tanggal: 31 Mei 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Melvin Kusumo NRP 3103014093 Telah diuji pada tanggal 2 Agustus 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji

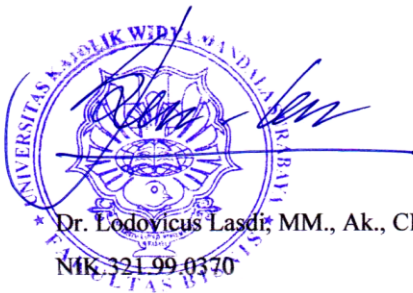


Dr. Lydia Ari Widyarini, MM

NIK. 311.92.0183

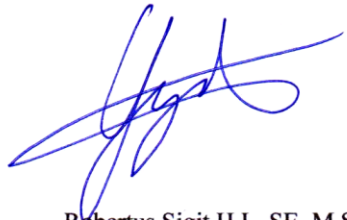
Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CPAI
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L, SE.,M.Sc

NIK.311.11.0678

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, oleh karena rahmat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Web Design* dan *Payment System* Terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Customer Satisfaction*, *Customer Trust*, dan *Perceived Value* Pada Situs *e-commerce* Blibli.com di Surabaya” 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. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dengan baik hati, membantu memberikan masukan, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan.
4. Ibu Deatri Arumsari Agung, SE., M.Sc selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing, membantu mengarahkan, mengkoreksi penulisan, dan memberikan masukan sejak awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan.

5. Ibu Dr. Diah Tulipa, MM selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis selama menempuh kuliah dari semester satu hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
6. Semua Bapak/Ibu dosen Fakultas Bisnis yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
7. Orang tua dan keluarga besar atas dukungan dan doa serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.
8. Teman-teman seperjuangan (Stephen, Ardo, Jojo, Stefani, Yosua, Andrian, Harjo, Marcell, Erwin, Roky, Allen, Danny, dan Ryan), terima kasih sudah memotivasi penulis. Dukungan kalian benar-benar berarti bagi penulis, hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh responden penelitian yang telah menyempatkan waktu dalam pengisian kuesioner.

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, 18 Mei 2018

Melvin Kusumo

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	13
1.4. Manfaat Penelitian.....	14
1.5. Sistematika Penulisan.....	15
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	16
2.1. Penelitian Terdahulu.....	16
2.2. Landasan Teori.....	18
2.2.1. <i>Technology Acceptance Model</i>	18
2.2.2. <i>E-commerce</i>	21
2.2.2.1. Keuntungan dan Resiko transaksi di <i>e-commerce</i>	23

2.2.2.2. Faktor yang mempengaruhi konsumen berbelanja online.....	24
2.2.3. <i>Repurchase intention</i>	24
2.2.4. <i>Perceived Value</i>	26
2.2.5. <i>Customer Trust</i>	27
2.2.6. <i>Customer Satisfaction</i>	28
2.2.7. <i>Site Quality</i>	31
2.2.7.1. <i>Website Design</i>	32
2.2.7.2. <i>Payment System</i>	34
2.3. Pengaruh Antar Variabel.....	37
2.3.1. Pengaruh <i>Web Design</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	37
2.3.2. Pengaruh <i>Web Design</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	38
2.3.3. Pengaruh <i>Web Design</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	39
2.3.4. Pengaruh <i>Payment System</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	40
2.3.5. Pengaruh <i>Payment System</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	40
2.3.6. Pengaruh <i>Payment System</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	41
2.3.7. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase intention</i>	42
2.3.8. Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Repurchase intention</i>	42
2.3.9. Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Repurchase intention</i>	43

2.4. Model Penelitian.....	44
2.5. Hipotesis Penelitian.....	44
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	46
3.1. Desain Penelitian.....	46
3.2. Identifikasi Variabel.....	46
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	47
3.3.1. <i>Website Design</i>	47
3.3.2. <i>Payment System</i>	47
3.3.3. <i>Customer Satisfaction</i>	48
3.3.4. <i>Customer Trust</i>	49
3.3.5. <i>Perceived Value</i>	49
3.3.6. <i>Repurchase Intention</i>	50
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	50
3.4.1. Jenis Data.....	50
3.4.2. Sumber Data.....	51
3.5. Pengukuran Variabel.....	51
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	51
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	52
3.7.1. Populasi.....	52
3.7.2. Sampel.....	52
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	53
3.8. Teknik Analisis Data.....	53
3.8.1. Uji Normalitas Data.....	54
3.8.2. Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	55
3.8.3. Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	56
3.8.4. Uji Kecocokan Model Struktural.....	57
3.8.5. Uji Hipotesis.....	57

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Sampel Penelitian.....	58
4.2 Karakteristik Responden.....	58
4.2.1 Domisili.....	59
4.2.2 Usia.....	59
4.2.3 Jenis Kelamin.....	60
4.2.4 Pendidikan Terakhir.....	60
4.2.5 Pendapatan.....	61
4.2.6 Pekerjaan.....	61
4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	62
4.3.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Website Design</i>	63
4.3.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Payment System</i>	64
4.3.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	66
4.3.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Trust</i>	67
4.3.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived</i> <i>Value</i>	68
4.3.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Repurchase</i> <i>Intention</i>	69
4.4 Analisis Data.....	70
4.4.1 Uji Normalitas Data.....	71
4.4.2 Uji Kecocokan Model.....	73
4.4.3 Uji Validitas.....	74
4.4.4 Uji Reliabilitas.....	76
4.5 Persamaan Struktural.....	76
4.6 Pengujian Hipotesis.....	79
4.7 Pembahasan.....	81

4.7.1	Pengaruh <i>Web Design</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Blibli.com.....	81
4.7.2	Pengaruh <i>Website Design</i> terhadap <i>Customer Trust</i> pada Blibli.com.....	82
4.7.3	Pengaruh <i>Website Design</i> terhadap <i>Perceived Value</i> pada Blibli.com.....	83
4.7.4	Pengaruh <i>Payment System</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Blibli.com.....	84
4.7.5	Pengaruh <i>Payment System</i> terhadap <i>Customer Trust</i> pada Blibli.com.....	85
4.7.6	Pengaruh <i>Payment System</i> terhadap <i>Perceived Value</i> pada Blibli.com.....	86
4.7.7	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> pada Blibli.com.....	87
4.7.8	Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> pada Blibli.com.....	88
4.7.9	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> pada Blibli.com.....	89
BAB 5 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		91
5.1	Simpulan.....	91
5.2	Saran.....	92
5.2.1	Saran Praktis.....	92
5.2.2	Saran Akademis.....	94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	10 <i>e-commerce</i> terbaik di indonesia.....11
Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu.....17
Tabel 3.1	Tabel <i>Goodness of Fit</i>55
Tabel 4.1	Pembagian Kuesioner.....58
Tabel 4.2	Domisili.....59
Tabel 4.3	Usia.....59
Tabel 4.4	Jenis Kelamin.....60
Tabel 4.5	Pendidikan Terakhir.....60
Tabel 4.6	Pendapatan.....61
Tabel 4.7	Pekerjaan.....62
Tabel 4.8	Interval Rata-Rata Skor.....63
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Variabel <i>Website Design</i>63
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif Variabel <i>Payment System</i>64
Tabel 4.11	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>66
Tabel 4.12	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Trust</i>67
Tabel 4.13	Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i>68
Tabel 4.14	Statistik Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i>69
Tabel 4.15	Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>71
Tabel 4.16	Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>72
Tabel 4.17	Uji Kecocokan Model.....73
Tabel 4.18	Hasil Uji Validitas.....74
Tabel 4.19	Hasil Uji Reliabilitas.....76
Tabel 4.20	Persamaan Struktural.....77
Tabel 4.21	Pengujian Hipotesis.....80

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	44
Gambar 4.1 <i>Path Diagram (T-Value)</i>	70

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Responden
- Lampiran 3. Identitas Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Output *Lisrel*
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Gambar *Path Diagram*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *site quality* yang mempunyai dua dimensi yaitu *website design* dan *payment system* terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction*, *customer trust*, dan *perceived value* pada Blibli.com. Sampel yang digunakan sebanyak 150 responden dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dan menggunakan teknik analisis SEM dengan bantuan program LISREL 8.70. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *website design* dan *payment system* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, *customer trust*, dan *perceived value*. *Customer satisfaction*, *customer trust* dan *perceived value* juga memiliki pengaruh yang positif terhadap *repurchase intention*.
Kata Kunci: *website design*, *payment system*, *customer satisfaction*, *customer trust*, *perceived value* dan *repurchase intention*.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of site quality that has two dimensions of website design and payment system towards repurchase intention through customer satisfaction, customer trust, and perceived value on Blibli.com. The sample used was 150 respondents by using purposive sampling technique and SEM analysis technique by means of LISREL 8.70 program. The results showed that website design and payment system have a positive influence on customer satisfaction, customer trust, and perceived value. Moreover customer satisfaction, customer trust and perceived value also have a positive influence on repurchase intention.

Keywords: website design, payment system, customer satisfaction, customer trust, perceived value and repurchase intention.