

**PENGARUH *WEBSITE DESIGN QUALITY* TERHADAP  
*PERCEIVED VALUE* DAN *REPURCHASE INTENTION*  
MELALUI *PURCHASE EXPERIENCE* PADA TOKO GAME  
*STEAMPOWERED.COM***



OLEH:  
GREGORIUS FELIX  
3103014099

JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS  
KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
2019

**HALAMAN JUDUL**

**PENGARUH *WEBSITE DESIGN QUALITY* TERHADAP  
*PERCEIVED VALUE* DAN *REPURCHASE INTENTION* MELALUI  
*PURCHASE EXPERIENCE* PADA TOKOGAME  
*STEAMPOWERED.COM***

**SKRIPSI**

Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

OLEH:  
GREGORIUS FELIX  
3103014099

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2019

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

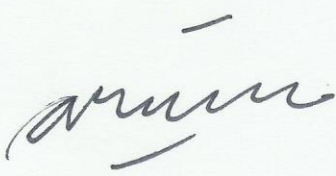
**PENGARUH *WEBSITE DESIGN QUALITY* TERHADAP  
*PERCEIVED VALUE* DAN *REPURCHASE INTENTION* MELALUI  
*PURCHASE EXPERIENCE* PADA TOKO GAME  
*STEAMPOWERED.COM***

OLEH :  
GREGORIUS FELIX  
3103014099

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan:

Kepada Tim Penguji

Pembimbing 1



Dr. Lydia Ari Widyarani. SE., MM.  
Tanggal. 11 Januari 2019  
NIK: 311.92.0183

Pembimbing 2




C. Martono, Drs. Ec. M. Si  
Tanggal. 17 Januari 2019  
NIK: 311.89.0168

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: GREGORIUS FELIX, NRP: 3103014099 telah di uji pada tanggal 25 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh:

Ketua tim penguji



Dr. Lydia Ari Widyarani, MM.  
NIK: 311.92.0183

Mengetahui

Dekan

Ketua Jurusan



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



Robertus Sigit H. L., SE., M.SC.  
NIK. 311.911.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Gregorius Felix

NRP : 3103014099

Judul : **PENGARUH *WEBSITE DESIGN QUALITY* TERHADAP  
*PERCEIVED VALUE* DAN *REPURCHASE INTENTION*  
MELALUI *PURCHASE EXPERIENCE* PADA TOKO GAME  
*STEAMPOWERED.COM***

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, 18 Januari 2019

Yang menyatakan,



Gregorius Felix

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas anugerahNya. Limpahan kasih karunia dan rahmatNya yang selalu diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Website Design Quality* Terhadap *Perceived Value* dan *Repurchase intention* Melalui *Purchase Experience* Pada Toko Game *Steampowered.com*”. Yang dapat selesai dengan tepat waktu.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan, dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE.,M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr.Lydia Ari Widyarini, SE.,MM selaku dosen pembimbing 1 yang juga telah meluangkan waktunya untuk membimbing, dan memberikan pengarahan yang sangat membantu, juga ide dan saran-saran yang sangat berguna untuk kemajuan skripsi saya.
4. Bapak C.Martono, Drs. Ec.M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan dorongan dan saran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Semua dosen dan staff tatausaha Universitas Katolik Widya Mandala yang selama ini telah banyak membantu penulis dalam pemberkasan.

6. Keluarga Papa, Mama, Kakak, Terima kasih atas doa, kasih sayang, kesabaran dan dukungan semangat serta masukan yang selama ini telah diberikan.
7. Sahabat terdekat penulis (Anthony, Panji, Jenny, Lili, Rosa, dll) yang selalu memberikan doa dan semangat untuk kelancaran skripsi ini.
8. Rekan-rekan penulis di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah mendukung penulis.

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 mohon maaf jika ada kesalahan penulisan pada skripsi ini.

Surabaya, Januari 2019



Gregorius Felix

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
ABSTRAK .....	xi
ABSTRACT .....	xii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori .....	13
2.2.1 <i>Teori Stimulus Organism Respon</i> .....	13
2.2.2 <i>Web Design Quality</i> .....	15
2.2.3 <i>Perceived Value</i> .....	16
2.2.4 <i>Repurchase Intention</i> .....	17
2.2.5 <i>Purchase Experience</i> .....	17
2.3 Hubungan Variabel .....	19
2.3.1 Pengaruh <i>Web Design Quality</i> Terhadap <i>Perceived Value</i> .....	19
2.3.2 Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	19
2.3.3 Pengaruh Moderasi <i>Purchase Experience</i> Terhadap <i>Perceived Value</i> .....	20



2.3.4 PengaruhModerasi <i>Purchase Experience</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	21
2.4 KerangkaPenelitian .....	22

### BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian.....	23
3.2 IdentifikasiVariabel .....	23
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	23
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	25
3.5 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	26
3.6 Populasi dan sample .....	27
3.7 Teknik analisis data.....	28

### BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden .....	32
4.2 Deskripsi Data .....	34
4.3 Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	39
4.3.1 Evaluasi <i>Goodness Of Outer Model</i> .....	40
4.3.2 Evaluasi <i>Goodness Of Inner Model</i> .....	44
4.3.3 Pengujian Hipotesis.....	47
4.4 Pembahasan.....	50

### BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan .....	55
5.2 Saran.....	56

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN

## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1
- LAMPIRAN 2
- LAMPIRAN 3
- LAMPIRAN 4
- LAMPIRAN 5
- LAMPIRAN 6
- LAMPIRAN 7

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR 2.1 Teori SOR.....	14
GAMBAR 2.2 KerangkaPenelitian.....	22
GAMBAR 4.1 Outer Model .....	39

## DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL 1.1 Tabel Perbandingan.....	4
TABEL 2.1 Perbedaan PenelitianTerdahulu Dan Sekarang .....	12
TABEL 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan JenisKelamin .....	32
TABEL 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	33
TABEL 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	33
TABEL 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	34
TABEL 4.5 Kelompok Interval Penilaian.....	34
TABEL 4.6 Frekuensi Penilaian Responden Variabel <i>Web Design Quality</i> .....	35
TABEL 4.7 Frekuensi Penilaian Responden Variabel <i>Perceived Value</i> .....	36
TABEL 4.8 Frekuensi Penilaian Responden Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....	37
TABEL 4.9 Frekuensi Penilaian Responden Variabel <i>Purchase Experience</i> .....	38
TABEL 4.10 <i>Convergent Validity</i> .....	40
TABEL 4.11 <i>Cross Loading Indikator</i> .....	41
TABEL 4.12 Hasil Uji AVE.....	42
TABEL 4.13 Hasil Uji Reliabilitas .....	43
TABEL 4.14 R Square .....	44
TABEL 4.15 Q Square.....	45
TABEL 4.16 F Square .....	46
TABEL 4.17 <i>Path Coefficient</i> .....	47

# **PENGARUH *WEBSITE DESIGN QUALITY* TERHADAP *PERCEIVED VALUE* DAN *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *PURCHASE EXPERIENCE* PADA TOKO GAME *STEAMPOWERED.COM***

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah melakukan analisis terhadap pengaruh *website design quality* dan *perceived value* terhadap niat beli kembali melalui pengalaman belanja, menganalisis pengaruh *web design quality* terhadap *perceived value*, dan *repurchase intention* melalui *purchase experience* sebagai variabel intervening. Desain penelitian ini adalah penelitian kausal dengan variabel bebas *Web design quality*, variabel terikat adalah *perceived value*, *repurchase intention* serta variabel *purchase experience* sebagai mediator. Jumlah sampel penelitian sebanyak 100 sampel. Teknik analisis data menggunakan *structural equation model* dengan menggunakan program smartpls 3.0.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas penelitian berpengaruh terhadap variabel terikat. Penelitian ini juga berhasil membuktikan adanya pengaruh *web design quality* terhadap *perceived value* dan *repurchase intention*. Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa *purchase experience* merupakan variabel yang memediasi pengaruh *perceived value* terhadap *repurchase intention* pada *Steampowered.com*.

Kata Kunci: *Web Design Quality*, *Perceived Value*, *Repurchase Intention* dan *Purchase experience*

# THE EFFECT OF DESIGN QUALITY WEBSITE ON PERCEIVED VALUE AND REPURCHASE INTENTION THROUGH PURCHASE EXPERIENCE AT GAME STORES STEAMPOWERED.COM

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to analyze the effect of website design quality and perceived value on buying intention back through shopping experience, analyze the influence of web design quality on perceived value, and repurchase intention through purchase experience as a variable intervening. The design of this study is causal research with independent variables Web design quality, the dependent variable is perceived value, repurchase intention and variable purchase experience as a mediator. The number of research samples is 100 samples. The data analysis technique uses a structural equation model using the smartpls 3.0 program.*

*The findings in this study indicate that the independent variables of the study affect the dependent variable. This study also succeeded in proving the influence of web design quality on perceived value and repurchase intention. The mediation test results show that purchase experience is a variable that mediates the effect of the perceived value on repurchase intention at Steampowered.com.*

*Keywords: Web Design Quality, Perceived Value, Repurchase Intention and Purchase experience*