

PENGARUH *WEBSITE IMAGE*, *ONLINE ROUTINE*, *WEBSITE KNOWLEDGE*, DAN *INNOVATIVENESS* TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *E-CUSTOMER SATISFACTION* KONSUMEN TIKET.COM

DI SURABAYA



OLEH :

OKTA WIJAYA

3103015053

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

2019

**PENGARUH *WEBSITE IMAGE*, *ONLINE ROUTINE*, *WEBSITE KNOWLEDGE*, DAN *INNOVATIVENESS* TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *E-CUSTOMER SATISFACTION* KONSUMEN
TIKET.COM
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH :

OKTA WIJAYA

3103015053

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *WEBSITE IMAGE, ONLINE ROUTINE, WEBSITE KNOWLEDGE, DAN INNOVATIVENESS* TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *E-CUSTOMER SATISFACTION* KONSUMEN
TIKET.COM**

DI SURABAYA

Oleh :

OKTA WIJAYA

3103015053

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik

Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si
NIK 311.95.0228

Tanggal : 30/01/2019.....

Pembimbing II,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si
NIK 311.99.0369

Tanggal : 05/02/2019.....

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Okta Wijaya dengan NRP 3103015053, Telah diuji pada tanggal 27 Mei 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji,


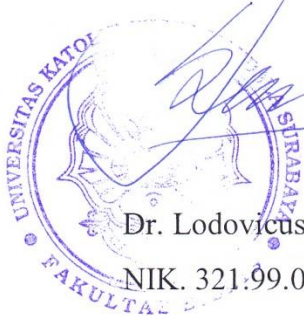


Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si

NIK 311.95.0228

Mengetahui :

Dekan,

Dr. Lodovicus Lasdi, MM
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



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 Unika Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Okta Wijaya

NRP : 3103015053

Judul Skripsi : Pengaruh *Website Image, Online Routine, Website Knowledge,* dan *Innovativeness* terhadap *E-Customer Loyalty* melalui *E-Customer Satisfaction* Konsumen Tiket.Com di Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah karya tulis sendiri. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 Februari 2019

Yang Menyatakan,



(Okta Wijaya)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena rahmat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Website Image, Online Routine, Website Knowledge, dan Innovativeness* terhadap *E-Customer Loyalty* melalui *E-Customer Satisfaction* Konsumen Tiket.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 tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih, 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 selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan juga selaku selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis selama menempuh kuliah dari semester satu hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
3. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dengan sabar, dan meluangkan waktunya untuk membimbing dalam pembuatan skripsi.
4. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing dan selalu memberi semangat maupun masukan dalam proses skripsi dengan baik, sabar dan rela meluangkan waktunya dari awal hingga akhir.
5. Semua Bapak/Ibu dosen Fakultas Bisnis yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
6. Orang tua dan keluarga besar atas dukungan doa serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.

7. Teman-teman seperjuangan Rumpun Ritel, terimakasih atas dukungan dan waktu yang kalian berikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
8. Semua pihak yang bersangkutan dengan penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu, telah membantu kelancaran jalannya penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan, 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, 26 Februari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| ABSTRAK | xii |
| ABSTRACT | xiii |
| | |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3. Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 7 |
| 1.5. Sistematika Penulisan | 8 |
| | |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA..... | 10 |
| 2.1. Landasan Teori | 10 |
| 2.2. Penelitian Terdahulu | 17 |
| 2.3. Pengaruh Antar Variabel..... | 19 |
| 2.4. Kerangka Penelitian..... | 23 |
| 2.5. Hipotesis..... | 23 |
| | |
| BAB 3 METODE PENELITIAN | 25 |
| 3.1. Desain Penelitian | 25 |

| | |
|--|----|
| 3.2. Identifikasi Variabel | 25 |
| 3.3. Definisi Operasional Variabel | 25 |
| 3.4. Jenis dan Sumber Data..... | 28 |
| 3.5. Skala Pengukuran Variabel | 28 |
| 3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data..... | 29 |
| 3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel | 29 |
| 3.8. Teknik Analisis Data | 30 |
| | |
| BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 34 |
| 4.1. Sampel Penelitian | 34 |
| 4.2. Karakteristik Responden | 34 |
| 4.3. Statistik Deskriptif Data Penelitian | 38 |
| 4.4. Analisis Data SEM | 44 |
| 4.5. Pembahasan..... | 57 |
| | |
| BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN | 64 |
| 5.1. Kesimpulan | 64 |
| 5.2. Keterbatasan | 65 |
| 5.3. Saran | 65 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 67 |
| | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang..... | 18 |
| Tabel 3.1. <i>Goodness of Fit</i> | 33 |
| Tabel 4.1. Jenis Kelamin | 34 |
| Tabel 4.2. Usia | 35 |
| Tabel 4.3. Layanan Tiket.com yang sering digunakan | 35 |
| Tabel 4.4. Pendidikan Terakhir..... | 36 |
| Tabel 4.5. Pekerjaan..... | 37 |
| Tabel 4.6. Penghasilan Tiap Bulan | 38 |
| Tabel 4.7. Interval Rata - Rata Skor..... | 39 |
| Tabel 4.8. Statistik Deskriptif <i>Website image</i> | 39 |
| Tabel 4.9. Statistik Deskriptif <i>Online Routine</i> | 40 |
| Tabel 4.10. Statistik Deskriptif <i>Website Knowledge</i> | 41 |
| Tabel 4.11. Statistik Deskriptif <i>Innovativeness</i> | 42 |
| Tabel 4.12. Statistik Deskriptif <i>E-Customer Satisfaction</i> | 43 |
| Tabel 4.13. Statistik Deskriptif <i>E-Customer Loyalty</i> | 44 |
| Tabel 4.14. Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> | 45 |
| Tabel 4.15. Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> | 46 |
| Tabel 4.16. Hasil Uji Validitas Data..... | 47 |
| Tabel 4.17. Hasil Uji Reliabilitas | 48 |
| Tabel 4.18. Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i> | 54 |
| Tabel 4.19. Pengujian Hipotesis | 55 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 2.1. Kerangka Penelitian..... | 23 |
| Gambar 4.1. Model Struktural dengan Estimates..... | 50 |
| Gambar 4.2. Model Struktural dengan T-Value..... | 51 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Uji Validitas
- Lampiran 7. Uji Reliabilitas
- Lampiran 8. SEM
- Lampiran 9. Path Diagram

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh empat faktor penentu belanja *online* yaitu *website image*, *online routine*, *website knowledge*, dan *innovativeness* terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction* sebagai mediasi. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di Tiket.com wilayah Surabaya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data kuantitatif. Sumber data dalam penelitian adalah Data Primer. Skala pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert 5 poin. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM dan menggunakan program LISREL 8.80. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling*, dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 150 responden. Hasil penelitian membuktikan (1) *Website image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction* pada konsumen Tiket.com di Surabaya, (2) *Online routine* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction* pada konsumen Tiket.com di Surabaya, (3) *Website knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction* pada konsumen Tiket.com di Surabaya, (4) *Innovativeness* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction* pada konsumen Tiket.com di Surabaya, (5) *E-customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* pada konsumen Tiket.com di Surabaya, (6) *Website image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* konsumen Tiket.com di Surabaya melalui *e-customer satisfaction*, (7) *Online routine* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* konsumen Tiket.com di Surabaya melalui *e-customer satisfaction*, (8) *Website knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* konsumen Tiket.com di Surabaya melalui *e-customer satisfaction*, (9) *Innovativeness* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* konsumen Tiket.com di Surabaya melalui *e-customer satisfaction*.

Kata Kunci : *Website Image, Online Routine, Website Knowledge, Innovativeness, E-Customer Satisfaction, E-Customer Loyalty*

**THE EFFECT OF WEBSITE IMAGE, ONLINE ROUTINE, WEBSITE
KNOWLEDGE, AND INNOVATIVENESS ON E-CUSTOMER LOYALTY
THROUGH E-CUSTOMER SATISFACTION CONSUMER TIKET.COM
IN SURABAYA**

ABSTRACT

This research was conducted with the aim to determine the effect of four determinants online shopping, namely website image, online routine, website knowledge, and innovativeness on e-customer loyalty through e-customer satisfaction as mediation. Objects in research were consumers who had shopped at Tiket.com area of Surabaya. Type of data used in research is quantitative data. Data source in research is Primary Data. Variable measurement scale in research uses 5-point Likert Scale. Data analysis technique used in research was SEM LISREL program. Sampling technique used was nonprobability sampling, by purposive sampling. Sample used in research was 150 respondents. Research results prove (1) Website image has positive and significant effect on e-customer satisfaction on Tiket.com customers in Surabaya, (2) Online routines have positive and significant effect on e-customer satisfaction at Tiket.com customers in Surabaya, (3) Website knowledge has positive and significant effect on e-customer satisfaction on Tiket.com customers in Surabaya, (4) Innovativeness has negative and significant effect on e-customer satisfaction at Tiket.com customers in Surabaya, (5) E-customer satisfaction has positive effect and significant to e-customer loyalty to Tiket.com customers in Surabaya, (6) Website image has positive and significant effect on Tiket.com's consumer e-customer loyalty in Surabaya through e-customer satisfaction, (7) Online routines have positive and significant effect on Tiket.com's consumer e-customer loyalty in Surabaya through e-customer satisfaction, (8) Website knowledge has positive and significant effect on Tiket.com's consumer e-customer loyalty in Surabaya through e-customer satisfaction, (9) Innovativeness has negative and significant effect on Tiket.com's consumer e-customer loyalty in Surabaya through e-customer satisfaction.

Keywords : *Website Image, Online Routine, Website Knowledge, Innovativeness, E-Customer Satisfaction, E-Customer Loyalty*