

Konsentrasi/Bidang/Minat:

Manajemen Ritel

**PENGARUH PENGALAMAN, KUALITAS *WEBSITE*,
FAKTOR SOSIAL DAN REKOMENDASI, SUMBER
KREDIBILITAS TERHADAP NIAT BELI DENGAN
MEDIASI HARAPAN KINERJA PADA
ERIGOSTORE.CO.ID**



OLEH:

YASON PUTRAJATI

3103014072

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2019

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH PENGALAMAN, KUALITAS *WEBSITE*, FAKTOR SOSIAL DAN
REKOMENDASI, SUMBER KREDIBILITAS TERHADAP NIAT
BELI DENGAN MEDIASI HARAPAN KINERJA PADA
ERIGOSTORE.CO.ID**

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

Oleh:
YASON PUTRAJATI
3103014072

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH PENGALAMAN, KUALITAS WEBSITE,
FAKTOR SOSIAL DAN REKOMENDASI, SUMBER
KREDIBILITAS TERHADAP NIAT BELI DENGAN
MEDIASI HARAPAN KINERJA PADA
ERIGOSTORE.CO.ID

Oleh :
YASON PUTRAJATI
3103014072

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini MM
NIK 311.92.0183
Tanggal :

Pembimbing II,

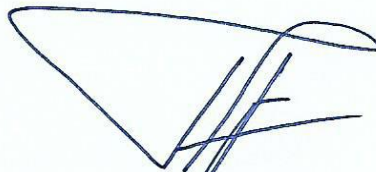


Dominicus Wahyu Pradana, SE., MM.
NIK. 311.15.0876
Tanggal :

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Yason PutraJati NRP 3103014072 Telah diuji pada tanggal 03 Juli 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



N. Agus Sunaryanto, Drs.Ec., MM

NIK 311.92.0194

Mengetahui:

Dekan



Lodovikus Lasdi, Dr., MM., AK., CA.,

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 Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yason PutraJati

NRP : 3103014072

Judul Skripsi : Pengaruh pengalaman, kualitas *website*, faktor sosial dan rekomendasi, sumber kredibilitas terhadap niat beli dengan mediasi harapan kinerja pada erigostore.co.id

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, 20 Juni 2018

Yang menyatakan.



Yason PutraJati

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 pengalaman, kualitas *website*, faktor sosial dan rekomendasi terhadap niat beli dengan mediasi harapan kinerja pada *erigostore.co.id*”. 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. Ibu Dr.Dra.Ec.Lydia Ari Widyarini MM selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dengan baik hati, membantu memberikan masukan, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan.
2. Bapak Dominicus Wahyu Pradana, SE., MM. selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing, membantu mengarahkan, mengkoreksi penulisan, dan memberikan masukan sejak awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan.
3. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Bapak Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Ibu Christofera Marliana Junaedi SE., M.Si. 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, doa serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.
8. Saretha Marsha yang selalu menghibur dan memberi motivasi kepada penulis disaat penulis jenuh dan patah semangat.
9. Teman-teman CFamily, terima kasih sudah memotivasi penulis. Dukungan kalian benar-benar berarti bagi penulis, hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman Buntoz, terima kasih sudah memotivasi penulis. Dukungan kalian benar-benar berarti bagi penulis, hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
11. 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, 20 Juni 2019

Yason PutraJati

DAFTAR ISI

<u>HALAMAN JUDUL</u>	i
<u>HALAMAN PERSETUJUAN</u>	ii
<u>HALAMAN PENGESAHAN</u>	iii
<u>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</u>	iv
<u>KATA PENGANTAR</u>	v
<u>DAFTAR ISI</u>	vii
<u>DAFTAR TABEL</u>	xi
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	xii
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u>	xiii
<u>ABSTRAK</u>	xiv
<u>BAB I</u>	1
<u>PENDAHULUAN</u>	1
1.1 <u>Latar Belakang Masalah</u>	1
1.2 <u>Rumusan Masalah</u>	9
1.3 <u>Tujuan Penelitian</u>	9
1.4 <u>Manfaat Penelitian</u>	10
<u>BAB II</u>	11
<u>TINJUAN PUSTAKA</u>	11
2.1 <u>Landasan Teori</u>	11
2.1.1 <u>Pengalaman</u>	12
2.1.2 <u>Kualitas Website</u>	13
2.1.3 <u>Faktor Sosial dan Rekomendasi</u>	13
2.1.4 <u>Sumber Kredibilitas</u>	15
2.1.5 <u>Harapan Kinerja</u>	16
2.1.6 <u>Niat Beli</u>	16
2.2 <u>Penelitian Terdahulu</u>	17
2.3 <u>Hubungan Antar Variable</u>	21
2.3.1 <u>Pengaruh Pengalaman terhadap Harapan kinerja</u>	21
2.3.2 <u>Pengaruh Kualitas Website terhadap Harapan kinerja</u>	21

2.3.3	<u>Pengaruh Faktor Sosial dan Rekomendasi terhadap</u>	<u>Harapan</u>	
	<u>kinerja</u>	22	
2.3.4	<u>Pengaruh Sumber Kredibilitas terhadap Harapan kinerja</u>	22	
2.3.5	<u>Pengaruh Harapan Kinerja terhadap Niat Beli</u>	23	
2.4	<u>Model Penelitian</u>	24	
2.5	<u>Pengembangan Hipotesis</u>	25	
<u>BAB III</u>		26	
<u>METODE PENELITIAN</u>		26	
3.1.	<u>Desain Penelitian</u>	26	
3.2.	<u>Identifikasi, Definisi Variabel</u>	26	
3.2.1	<u>Identifikasi Variabel</u>	26	
3.2.2.	<u>Definisi Operasional Variabel</u>	27	
3.3.	<u>Jenis Data dan Sumber Data</u>	30	
3.3.1	<u>Jenis Data</u>	30	
3.3.2.	<u>Sumber Data</u>	30	
3.4.	<u>Metode Pengumpulan Data</u>	30	
3.5	<u>Skala Pengukuran Variabel</u>	31	
3.6.	<u>Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel</u>	31	
3.6.1.	<u>Populasi</u>	31	
3.6.2.	<u>Sampel</u>	32	
3.6.3.	<u>Teknik Pengambilan Sampel</u>	32	
3.7.	<u>Teknik Analisis Data</u>	33	
3.8.	<u>Asumsi Asumsi Structural Equation Modelling (SEM)</u>	33	
3.8.1.	<u>Uji Normalitas Data</u>	33	
3.8.2.	<u>Uji Kecocokan Model</u>	34	
3.9.	<u>Uji Hipotesis</u>	36	
<u>BAB IV</u>		37	
<u>HASIL DAN PEMBAHASAN</u>		37	
4.1	<u>Gambaran Umum Objek Penelitian</u>	37	
4.2	<u>Deskriptif Data</u>	37	
4.2.1	<u>Jenis Kelamin</u>	37	
4.2.2	<u>Usia</u>	38	

4.3.3	<u>Pendapatan</u>	38
4.3.4	<u>Pekerjaan</u>	39
4.3	<u>Statistik Deskriptif Variabel Penelitian</u>	40
4.3.1	<u>Statistik Deskriptif Variabel Pengalaman</u>	40
4.3.2	<u>Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Website</u>	41
4.3.3	<u>Statistik Deskriptif Variabel Faktor Sosial dan Rekomendasi</u>	42
4.3.4	<u>Statistik Deskriptif Variabel Sumber Kredibilitas</u>	43
4.3.5	<u>Statistik Deskriptif Variabel Harapan Kinerja</u>	44
4.3.6	<u>Statistik Deskriptif Variabel Niat Beli</u>	45
4.4	<u>Hasil Analisis Data</u>	46
4.4.1	<u>Uji Normalitas</u>	46
4.4.2	<u>Uji Validitas dan Reliabilitas</u>	48
4.4.3	<u>Model Struktural</u>	49
4.4.4	<u>Uji Hipotesis</u>	50
4.4.5	<u>Uji Kecocokkan Keseluruhan Model</u>	52
4.4.6	<u>Indirect Effect</u>	52
4.5	<u>Pembahasan</u>	53
4.5.1	<u>Pengaruh Pengaruh Pengalaman terhadap Harapan Kinerja pada erigostore.co.id</u>	54
4.5.2	<u>Pengaruh Kualitas Website terhadap Harapan Kinerja pada erigostore.co.id</u>	54
4.5.3	<u>Pengaruh Faktor Sosial dan Rekomendasi terhadap Harapan Kinerja pada erigostore.co.id</u>	55
4.5.4	<u>Pengaruh Sumber Kredibilitas terhadap Harapan Kinerja pada erigostore.co.id</u>	56
4.5.5	<u>Pengaruh Harapan Kinerja terhadap Niat Beli pada erigostore.co.id</u>	56
<u>BAB V</u>		58
<u>SIMPULAN DAN SARAN</u>		58
5.1	<u>Simpulan</u>	58
5.2	<u>Keterbatasan</u>	59
5.3	<u>Saran</u>	60
5.3.1	<u>Saran Akademis</u>	60

5.3.2	<u>Saran Praktis</u>	60
	<u>Daftar Pustaka</u>	61

DAFTAR TABEL

<u>Tabel 1.1</u> Jumlah Pengguna <i>Internet</i> 2018	2
<u>Tabel 1.2</u> Persentase Jenis Kegiatan <i>Internet</i> Masyarakat	3
<u>Tabel 1.3</u> Jumlah <i>Followers Instagram</i> Produk <i>Fashion</i> Merk Lokal Indonesia	4
<u>Tabel 2.1</u> Penelitian Terdahulu	19
<u>Tabel 4.1</u> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
<u>Tabel 4.2</u> Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	38
<u>Tabel 4.3</u> Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Responden	38
<u>Tabel 4.4</u> Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	39
<u>Tabel 4.5</u> Skala Nilai Rata-Rata	40
<u>Tabel 4.6</u> Statistik Deskripsif Variabel Pengalaman.....	40
<u>Tabel 4.7</u> Statistik Deskripsif Variabel Kualitas <i>Website</i>	41
<u>Tabel 4.8</u> Statistik Deskripsif Variabel Faktor Sosial dan Rekomendasi	42
<u>Tabel 4.9</u> Statistik Deskripsif Variabel Sumber Kredibilitas	43
<u>Tabel 4.10</u> Statistik Deskripsif Variabel Harapan Kinerja.....	44
<u>Tabel 4.11</u> Statistik Deskripsif Variabel Niat Beli.....	45
<u>Tabel 4.12</u> Hasil Univariate Normality	46
<u>Tabel 4.13</u> Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	47
<u>Tabel 4.14</u> Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
<u>Tabel 4.15</u> Hasil Uji Hipotesis dan Koefisien Regresi Variabel Terkait.....	50
<u>Tabel 4.16</u> Hasil Uji <i>Goodnes of Fit</i>	52
<u>Tabel 4.16</u> <i>Indirect Effect</i>	52

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 2.1 Kerangka Penelitian</u>	25
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Hasil Kuesioner
- Lampiran 2 : Karakteristik Responden
- Lampiran 3 : Statistik Deskriptif
- Lampiran 4 : Output Lisrel
- Lampiran 5 : Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 : SEM
- Lampiran 7 : Path Diagram

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengalaman, kualitas *website*, faktor sosial dan rekomendasi, sumber kredibilitas terhadap niat beli dengan mediasi harapan kinerja pada erigostore.co.id. Sampel yang diambil sebanyak 150 responden dengan pengambilan teknik sampel *non probability* sampling dan menggunakan analisis SEM dengan bantuan program LISREL 8.8. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan signifikan antara pengalaman, kualitas *website*, faktor sosial dan rekomendasi, sumber kredibilitas terhadap niat beli dengan mediasi harapan kinerja pada erigostore.co.id

Kata kunci: pengalaman, kualitas *website*, faktor sosial dan rekomendasi, sumber kredibilitas, niat beli, harapan kinerja, erigostore.co.id

ABSTRACT

This research is intend to examine the effect of experience, website quality, social factor and recommendation, source of credibility to purchase intention through performance expectancy on erigstore.co.id. Sample that used is 150 respondent by using non probability sampling and using SEM with Lisrel 8.8 program. This study finds that experience, website quality, social factor and recommendation, source of credibility has positive effect to purchase intention through performance expectancy on erigostore.co.id

Keywords: experience, website quality, social factor and recommendation, source of credibility, purchase intention, performance expectancy, ergiostore.co.Id