

**PENGARUH *WEBSITE DESIGN* DAN *SECURITY*  
TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* MELALUI  
*E-CUSTOMER SATISFACTION* PADA PELANGGAN  
*WEBSITE URBAN ICON* DI SURABAYA**



**OLEH :  
VINCENT KHOSASI  
3103016222**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2020**

**PENGARUH *WEBSITE DESIGN* DAN *SECURITY*  
TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* MELALUI  
*E-CUSTOMER SATISFACTION* PADA PELANGGAN  
*WEBSITE URBAN ICON* DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagaian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

VINCENT KHOSASI

3103016222

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2020

**HALAMAN PERSETUJUAN**

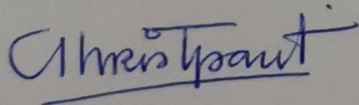
**SKRIPSI**

**PENGARUH *WEBSITE DESIGN* DAN *SECURITY*  
TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *E-  
CUSTOMER SATISFACTION* PADA PELANGGAN  
*WEBSITE URBAN ICON* DI SURABAYA**

Oleh:  
**VINCENT KHOSASI**  
3103016222

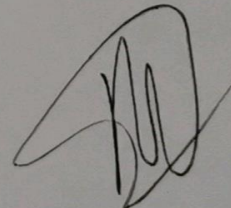
Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Christina Esti Susanti, S.E., M.M., CPM(AP)  
NIDN. 0722076501  
Tanggal : 10.12.2019.....

Pembimbing II,



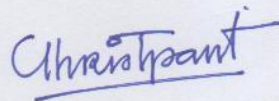
Dra.Ec. M.G.Temengkol, MM.  
NIDN. 0706025601  
Tanggal : 14.11.2020.....

## HALAMAN PENGESAHAN

**Skripsi yang ditulis oleh: Vincent Khosasi dengan NRP 3103016222**

Telah diuji pada Tanggal 15 Januari 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:





Dr. Christina Esti Susanti, SE., MM., CPM (AP)

NIDN. 0722076501


Mengetahui,

Dekan



Dr. Lodovicus Lasdi, MM, Ak., CPA  
NIDN. 0713097203

Ketua Jurusan



Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc.  
NIDN. 0703087902

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : VINCENT KHOSASI

NRP : 3103016222

Jurusan : MANAJEMEN

Program Studi : MANAJEMEN

Fakultas : BISNIS

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul:

*PENGARUH WEBSITE DESIGN DAN SECURITY TERHADAP E-CUSTOMER LOYALTY MELALUI E-CUSTOMER SATISFACTION PADA PELANGGAN WEBSITE URBAN ICON DI SURABAYA*

Adalah benar – benar hasil karya saya sendiri. Apabila nanti dikemudian hari terbukti bahwa karya tulis saya ini merupakan hasil *plagiarism*, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di jurusan, fakultas maupun universitas.

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

Surabaya, 19 Desember 2019

Yang menyatakan,



Vincent Khosasi

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena rahmat dan kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan juga tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *website design* dan *security* terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction* pada pelanggan *website* Urban Icon di Surabaya” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen 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., Ak., CPA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc Ketua Jurusan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, SE., MM., CPM (AP) selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dengan sabar, membantu memberikan masukan, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Dra. Ec. M.G.Temengkol, MM. selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Semua Bapak/Ibu dosen Fakultas Bisnis yang telah mengajar dan juga telah membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
6. Papa, Mama, dan segenap keluarga besar atas dukungan doa serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.

7. Dwi Rustiana yang selalu mendoakan, mendukung, menemani, dan memberikan support kepada penulis sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Teman seperjuangan kuliah penulis Bobby, Ivan, Wynstot, Marcel, Peter, Willy terima kasih sudah memotivasi penulis. Dukungan kalian benar-benar berarti 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 masih adanya keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh karena 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, 5 Januari 2020

Vincent Kho

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
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 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 <i>Website Design</i> .....	8
2.1.2 <i>Security</i> .....	9
2.1.3 <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	10
2.1.4 <i>E-Customer Loyalty</i> .....	11
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	13
2.2.1 Pengaruh <i>Website Design</i> Terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> .	13
2.2.2 Pengaruh <i>Security</i> Terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	13
2.2.3 Pengaruh <i>E-Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> .....	14



2.2.4 Pengaruh <i>Website Design</i> Terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> Melalui <i>E- Customer Satisfaction</i> .....	15
2.2.5 Pengaruh <i>Security</i> Terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> Melalui <i>E-     Customer Satisfaction</i> .....	16
2.3 Penelitian Terdahulu.....	17
2.4 Model Penelitian.....	19
 BAB 3 METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Desain Penelitian .....	21
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	21
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	21
3.2.2 Definisi Operasional.....	21
3.2.3 Pengukuran Variabel .....	23
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	23
3.4 Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	23
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan .....	24
3.6 Teknik Analisis Data .....	25
3.6.1 Uji Normalitas Data .....	25
3.6.2 Uji Validitas .....	26
3.6.3 Uji Reliabilitas.....	26
3.6.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	27
3.6.5 Uji Kecocokan Model Struktural .....	28
3.6.6 Uji Hipotesis.....	28
 BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	29
4.1 Gambaran Umum Objek .....	29
4.1.1 Karakteristik Responden Penelitian.....	29
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	33
4.3 Hasil Analisis Data .....	37
4.3.1 Uji Normalitas .....	37
4.3.2 Uji Validitas.....	38
4.3.3 Uji Reliabilitas .....	39
4.3.4 Uji Kecocokan Model Struktural.....	41
4.3.5 Uji Hipotesis .....	42
4.4 Pembahasan .....	43

BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN.....	49
5.1 Simpulan.....	49
5.2 Keterbatasan .....	50
5.3 Saran.....	50
5.3.1 Saran Akademis.....	50
5.3.2 Saran Praktis.....	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data <i>Internet User</i> Dunia.....	1
Tabel 1.2 Data Pengguna Internet Berdasarkan Negara .....	2
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Saat Ini .....	18
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Berkunjung dan Membeli di <i>Website</i> Urban Icon Minimal 1 Kali Dalam Kurun Waktu 6 Bulan Terakhir.....	29
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	30
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili di Surabaya .....	30
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Pesaing <i>Website</i> Urban Icon Surabaya.....	31
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	31
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	32
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	32
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung Dalam 6 Bulan Terakhir .....	33
Tabel 4.9 Interval Penilaian .....	33
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Website Design</i> ( $X_1$ ).....	34
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Security</i> ( $X_2$ ).....	35
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>E-Customer Satisfaction</i> ( $Y_1$ ) .....	35
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Variabel <i>E-Customer Loyalty</i> ( $Y_2$ ) .....	36
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> .....	37
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> .....	38
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas .....	38
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.18 Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i> .....	41
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis .....	42

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian .....	19
-----------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Data Isian Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif Variabel, *Univariate Normality, Multivariate Normality*
- Lampiran 5. Uji Validitas, Uji Reliabilitas, *Goodness of Fit*, Persamaan Model Struktural, Uji Hipotesis
- Lampiran 6. Gambar *Estimates*, Gambar *T-Values*, Gambar *Standardized Solution*, Gambar *Estimates*

## ABSTRAK

Perkembangan internet di era saat ini sangat pesat dan internet sudah harus dipahami oleh generasi muda, ini menjadi salah satu faktor pendukung berkembangnya *e-commerce*. Banyaknya *e-commerce* memunculkan berbagai persaingan untuk membuat konsumen mereka tetap loyal, sehingga *e-commerce* harus memperhatikan berbagai elemen yang bisa membuat konsumen puas dan loyal, mulai dari *website design* yang menarik hingga jaminan keamanan konsumen pada saat melakukan transaksi. Salah satu toko *online* yang terkenal adalah Urban Icon, dimana Urban Icon sudah memiliki banyak gerai *offline* yang tersebar di seluruh Indonesia dan juga memiliki toko *online*.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *website design* dan *security* terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction* pada pengunjung *website* Urban Icon di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebesar 150 responden yaitu pengunjung *website* Urban Icon di Surabaya. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah Structural Equations Modeling dengan menggunakan program LISREL.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *website design* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction*, *security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction*, *e-customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty*, *website design* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction*, *security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction*.

**Kata Kunci:** *Website Design, Security, E-Customer Satisfaction, E-Customer Loyalty*

THE EFFECT OF WEBSITE DESIGN AND SECURITY ON E-CUSTOMER LOYALTY THROUGH SATISFACTION E-CUSTOMER ON CUSTOMERS OF URBAN ICON WEBSITE IN SURABAYA

**ABSTRACT**

The development of the internet in the current era is very rapid and the internet must be understood by the younger generation, this has become one of the factors supporting the development of e-commerce. The number of e-commerce raises a variety of competition to keep their customers loyal, so e-commerce must pay attention to various elements that can make consumers satisfied and loyal, ranging from attractive website design to consumer safety guarantees when making transactions. One well-known online store is Urban Icon, where Urban Icon already has many offline outlets scattered throughout Indonesia and also has an online store.

This study aims to examine the effect of website design and security on e-customer loyalty through e-customer satisfaction on Urban Icon website visitors in Surabaya. The sampling technique used is non probability sampling by purposive sampling. The sample used was 150 respondents, namely Urban Icon website visitors in Surabaya. Data collection tools used were questionnaires. The data analysis technique used was Structural Equations Modeling using the LISREL program.

The results of this study prove that website design has a positive and significant effect on e-customer satisfaction, security has a positive and significant effect on e-customer satisfaction, e-customer satisfaction has a positive and significant effect on e-customer loyalty, website design has a positive and significant effect on e customer loyalty through e-customer satisfaction, security has a positive and significant effect on e-customer loyalty through e-customer satisfaction.

**Keywords: Website Design, Security, E-Customer Satisfaction, E-Customer Loyalty**