

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR TRANSAKSI *ONLINE*  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK  
HANDPHONE DI SURABAYA**



**OLEH:**

**Theo Fondy**

**3103006367**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2013**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus, karena rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “PENGARUH FAKTOR-FAKTOR TRANSAKSI *ONLINE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK *HANDPHONE* 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. Tuhan Yesus atas pertolongan dan berkat anugerah-Nya dalam penulisan tugas akhir ini;
2. Segenap keluarga penulis atas dukungan doa serta kasih sayangnya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini;
3. Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM, selaku dosen pembimbing yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini;
4. Semua Bapak/Ibu dosen yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini;
5. Teman-teman yang telah memberikan dukungan selama kuliah sampai saat ini dan telah menjadi teman terbaik, serta teman-teman yang telah membantu dalam penulisan tugas akhir ini;

6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan secara terperinci namun memiliki andil besar dalam penyusunan tugas akhir ini;

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. Namun demikian, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

November 2013

Theo Fondy

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Peneltian.....	6
1.5. Sistematika Skripsi.....	7
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	10
2.2.1. Kepercayaan.....	10
2.2.2. Kualitas Informasi.....	15
2.2.3. Harga ( <i>Price</i> ).....	15
2.2.4. Privasi.....	17
2.2.5. <i>Payment</i> (Cara Pembayaran).....	19
2.2.6. Desain <i>Website</i> .....	20
2.2.7. <i>Delivery</i> .....	22
2.2.8. Kepuasan Pelanggan.....	22
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	24
2.3.1. Pengaruh antara Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan <i>Online</i> .....	24

2.3.2.	Pengaruh antara Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan <i>Online</i> .....	24
2.3.3.	Pengaruh antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan <i>Online</i> .....	26
2.3.4.	Pengaruh antara Privasi terhadap Kepuasan Pelanggan <i>Online</i> .....	26
2.3.5.	Pengaruh antara Cara Pembayaran terhadap Kepuasan Pelanggan <i>Online</i> .....	27
2.3.6.	Pengaruh antara Desain Website terhadap Kepuasan Pelanggan <i>Online</i> .....	27
2.3.7.	Pengaruh antara Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan <i>Online</i> .....	28
2.4.	Model Analisis.....	28
2.5.	Hipotesis.....	29
<b>BAB 3.</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
3.1.	Jenis Penelitian.....	31
3.2.	Identifikasi Variabel.....	31
3.3.	Definisi Operasional dan Skala Pengukurannya.....	32
3.4.	Jenis Data.....	35
3.5.	Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	35
3.6.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel...	36
3.7.	Uji Reliabilitas dan Validitas.....	36
3.8.	Teknik Analisis Data.....	39
3.9.	Pengujian Hipotesis.....	39
<b>BAB 4.</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>41</b>
4.1.	Karakteristik Responden.....	41
4.2.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
4.3.	Uji Asumsi Klasik.....	46
4.3.1.	Uji Multikolinieritas.....	46

4.3.2. Uji Heteroskedastisitas.....	47
4.4. Analisis Data regresi Linear Berganda.....	48
4.4.1. Persamaan Regresi.....	49
4.4.2. Uji Kecocokan Model.....	49
4.4.3. Pengujian Hipotesis.....	49
4.5. Pembahasan.....	52
<b>BAB 5. KESIMPULAN.....</b>	<b>55</b>
5.1. Simpulan.....	55
5.2. Saran.....	56
5.2.1. Saran Akademik.....	56
5.2.2. Saran Praktis.....	56
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN.....</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sekarang dan Penelitian Terdahulu .....	10

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	29



## ABSTRAK

Kepercayaan memainkan peran kunci dalam mendorong kepuasan pelanggan. Peran utama dari sebuah toko *online* adalah untuk memberikan informasi tentang produk, layanan dan transaksi, informasi berkualitas tinggi mengarah ke keputusan membeli yang lebih baik dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Harga digunakan sebagai insentif informasi untuk menilai produk oleh individu, dalam lingkungan produk berpengaruh terhadap evaluasi dan kepuasan konsumen. Pada tahap pembelian, privasi dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Mekanisme pembayaran yang nyaman akan memiliki efek positif pada kepuasan pelanggan dalam belanja *online*. Desain *website* diterima sebagai faktor yang kuat dalam mempengaruhi kepuasan belanja *online*. Operator toko *online* harus juga membuatnya mudah untuk melacak dan memantau kemajuan pengiriman. Informasi pelanggan ini cenderung membuat pelanggan menjadi lebih puas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kepercayaan, kualitas informasi, harga, privasi, cara pembayaran, desain *website*, dan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan yang membeli handphone pada toko *online* di Surabaya.

Pada penelitian ini yang dipakai adalah penelitian konklusif. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *non probability sampling*. Jenis metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel yang digunakan berjumlah 100 orang konsumen *online* produk handphone di Surabaya. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa Kepercayaan, kualitas informasi, harga, privasi, cara pembayaran, desain *website*, dan pengiriman memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja secara *online* produk handphone di Surabaya.

**Kata Kunci: Kepercayaan; Kualitas Informasi; Harga; Privasi; Cara Pembayaran; Desain Website; Pengiriman; Kepuasan Pelanggan.**

# **THE EFFECT OF ONLINE TRANSACTION FACTORS TOWARD MOBILE PHONE CUSTOMERS SATISFACTION IN SURABAYA**

## **ABSTRACT**

The trust played a key role in encouraging customer satisfaction. The primary role of an online store is to provide information about products, services and transactions, high-quality information leads to better buying decisions and increase the level of customer satisfaction. prices used as an incentive to rate the information products by individuals, in the environment affect the product evaluation and consumer satisfaction. At this stage of the purchase, privacy can affect customer satisfaction. A convenient payment mechanism will have a positive effect on customer satisfaction in online shopping. Website design was accepted as a powerful factor in influencing online shopping satisfaction. Online store Operator should also make it easy to track and monitor the progress of the delivery. This customer information is likely to make customers be more satisfied. This research aims to know the influence between beliefs, the quality of the information, prices, payment, privacy, website design, and delivery of customer satisfaction cellular phone on the online store in Surabaya.

In this study used is the conclusive research on the study of experimental or causal research. Retrieval technique of sampling used is non probability sampling. The type of method used is the purposive sampling. A sample of 100 people who used online consumer mobile products in Surabaya. Data were collected using a questionnaire. Analytical techniques used was multiple linear regression analysis with the help of the program SPSS. The results of this analysis indicate that confidence, quality of information, pricing, payment, privacy, website design, and delivery has significant effects on customer satisfaction in shopping online mobile products in Surabaya.

**Key Words:** Trust; Information Quality; Price; Privacy; Payment; Website Design; Delivery; Customer Satisfaction.