

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *CONFIRMATION* DAN
SATISFACTION TERHADAP *WEB CONTINUANCE INTENTION*
PADA TAMPILAN WEBSITE
TOKOONE.COM**

Skripsi S-1



OLEH :

AMANDA IRMA WIJAYA

3103012251

**FAKULTAS BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016**

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *CONFIRMATION* DAN
SATISFACTION TERHADAP *WEB CONTINUANCE INTENTION*
PADA TAMPILAN WEBSITE
TOKOONE.COM**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

AMANDA IRMA WIJAYA

3103012251

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2016

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *CONFIRMATION* DAN
SATISFACTION TERHADAP *WEB CONTINUANCE INTENTION*
PADA TAMPILAN WEBSITE
TOKOONE.COM**

OLEH:

AMANDA IRMA WIJAYA
3103012251

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji


Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Diyah Tulipa, SE., MM.

Tanggal: 21/1/16.



Marliana Junaedi, SE., M.Si

Tanggal: 22-1-2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Amanda Irma Wijaya NRP 3103012251. Telah diuji pada tanggal 30 Januari 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji,



Dr. Tuty Lindawati, SE, M.M

NIK 311.97.0297

Mengetahui:

Ketua Jurusan



Elisabeth Supriharyanti, S.E. M.Si

NIK. 311.99.036



Dekan

Dr. Lodovicus Lasdi, M.M

NIK.321.99.0370

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : AMANDA IRMA WIJAYA

NRP : 3103012251

Judul : **PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *CONFIRMATION*
DAN SATISFACTION TERHADAP *WEB CONTINUANCE*
INTENTION PADA TAMPILAN WEBSITE
TOKOONE.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, 22 Januari 2016
Yang menyatakan,



(AMANDA IRMA WIJAYA)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan atas segala bantuan, kasih, dan bimbingan selama tugas akhir skripsi ini. Laporan Tugas Akhir Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan Laporan Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, M.Si., SE., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Diyah Tulipa, SE., MM. Selaku dosen pembimbing I, dan Ibu Marlina Junaedi, SE., M.Si. Selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan banyak saran dan nasehat untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Orang tua saya Bapak YOPI ADIWIJAYA dan Ibu CHRISTINI yang telah memberi doa dan dukungan baik secara moral maupun materi selama penulis menempuh perkuliahan ini. Serta adik kandung saya, DONY ADIWIJAYA yang memberikan dukungan selama menempuh perkuliahan.

5. Sahabat saya Jo Regina Selly Johan, terima kasih atas setiap kontribusi. Baik berupa motivasi, kritik, dan dukungan yang membantu penulis dalam menyelesaikan karya ini.
6. Teman seperjuangan saya Calvin Rekwan Lionardi, Novita Chyntia, Agree Septia yang telah bersama-sama berjuang mati-matian untuk menyelesaikan Skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan, maka dari itu kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembacanya.

Surabaya, 22 Januari 2016

Peneliti,

(AMANDA IRMA WIJAYA)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	6
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>).....	9
2.2.2 <i>Perceived Usefulness</i>	10
2.2.3 <i>Confirmation</i>	11
2.2.4 <i>Satisfaction</i>	11

2.2.5	<i>Web Continuance Intention</i>	12
2.3	Hubungan Antar Variabel	13
2.3.1	Hubungan <i>Perceived Usefulness</i> dengan <i>Satisfaction</i>	13
2.3.2	Hubungan <i>Confirmation</i> dengan <i>Satisfaction</i>	13
2.3.3	Hubungan <i>Confirmation</i> dengan <i>Perceived Usefulness</i>	14
2.3.4	Hubungan <i>Perceived Usefulness</i> dengan <i>Web Continuance Intention</i>	15
2.3.5	Hubungan <i>Satisfaction</i> dengan <i>Web Continuance Intention</i>	15
2.4	Kerangka Penelitian	16
2.5	Hipotesis	16
BAB 3	METODE PENELITIAN	
3.1	Desain Penelitian	18
3.2	Identifikasi Variabel Penelitian	18
3.3	Definisi Operasional Variabel	19
3.3.1	<i>Perceived Usefulness</i>	19
3.3.2	<i>Confirmation</i>	19
3.3.3	<i>Satisfaction</i>	20
3.3.4	<i>Web Continuance Intention</i>	20
3.4	Teknik Pengukuran Variabel	20
3.5	Jenis dan Sumber Data	21
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data	21
3.7	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan	

	Sampel	22
	3.7.1 Populasi.....	22
	3.7.2 Sampel	22
	3.7.3 Teknik Pengambilan Sampel	23
3.8	Teknik Analisis Data	23
	3.8.1 <i>Construct Validity</i>	23
	3.8.2 <i>Construct Reliability</i>	23
3.9	Tahap Pengolahan Data	24
BAB 4	PEMBAHASAN	
4.1	Karakteristik Responden	27
	4.1.1 Jenis Kelamin	27
	4.1.2 Usia.....	27
	4.1.3 Penghasilan.....	28
	4.1.4 Transaksi	29
	4.1.5 Mengunjungi Web / 3 Bulan	39
	4.1.6 Transaksi Web / 3 Bulan	30
	4.1.7 Pekerjaan.....	30
4.2	Analisis Statistik Deskriptif	31
	4.2.1 Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	31
	4.2.2 Variabel <i>Confirmation</i>	32
	4.2.3 Variabel <i>Satisfaction</i>	33
	4.2.4 Variabel <i>Web Continuance Intention</i>	34
4.3	Uji Asumsi SEM	35
	4.3.1 Uji Validitas	35
	4.3.2 Uji Reliabilitas.....	36
4.4	Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	36

4.4.1	Uji Normalitas	37
4.5	Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness of Fit</i>).	38
4.6	Persamaan Struktural.....	39
4.7	Pengujian Hipotesis	40
4.8	Pembahasan.....	41
4.8.1	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Satisfaction</i> Pada Tokoone.com.....	42
4.8.2	Pengaruh <i>Confirmation</i> Terhadap <i>Satisfaction</i> Pada Tokoone.com.....	43
4.8.3	Pengaruh <i>Confirmation</i> Terhadap <i>Perceived usefulness</i> Pada Tokoone.com.....	44
4.8.4	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Web Continuance</i> <i>Intention</i> Tokoone.com	45
4.8.5	Pengaruh <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Web Continuance Intention</i> Tokoone.com.....	46
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Simpulan	47
5.2	Saran.....	48
5.2.1	Bagi Perusahaan	48
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya	49

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel	2.1	Perbandingan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Dilakukan Saat Ini 8
Tabel	3.1.	<i>Goodness of Fit Indices</i> 26
Tabel	4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 27
Tabel	4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 28
Tabel	4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan..... 28
Tabel	4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi 29
Tabel	4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Mengunjungi Web / 3 Bulan..... 29
Tabel	4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi Web / 3 Bulan 30
Tabel	4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 30
Tabel	4.8	Interval Rata - Rata Skor 31
Tabel	4.9	Hasil Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Perceived Usefulness</i> 31
Tabel	4.10	Hasil Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Confirmation</i> 32
Tabel	4.11	Hasil Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Satisfaction</i> 33

Tabel	4.12	Hasil Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Web Continuance Intention</i>	34
Tabel	4.13	Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	37
Tabel	4.14	Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	38
Tabel	4.15	Hasil Uji Validitas.....	35
Tabel	4.16	Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel	4.17	Tabel <i>Goodness of Fit</i>	38
Tabel	4.18	Pengujian Hipotesis.....	40

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	16

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Penelitian
- Lampiran 3 : Karakteristik Responden
- Lampiran 4 : Analisis Deskriptif Variabel Penelitian
- Lampiran 5 : Uji Normalitas
- Lampiran 6 : Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 : Uji Hipotesis
- Lampiran 8 : Hasil *Goodness of Fit*
- Lampiran 9 : Hasil *Estimates*
- Lampiran 10 : Hasil *Standardized Solution*
- Lampiran 11 : Hasil *T-value*
- Lampiran 12 : Output Lisrel

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *CONFIRMATION* DAN *SATISFACTION* TERHADAP *WEB CONTINUANCE INTENTION* PADA TAMPILAN WEBSITE TOKOONE.COM

ABSTRAK

Pertumbuhan jumlah situs *online shopping* yang semakin pesat menyebabkan persaingan yang semakin kompetitif. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk dapat menempatkan konsumen sebagai titik pusat yang harus diperhatikan, seperti kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *perceived usefulness* dan *confirmation* terhadap *satisfaction*, pengaruh *perceived usefulness* dan *satisfaction* terhadap *web continuance intention*, serta pengaruh *confirmation* terhadap *perceived usefulness* pada tampilan *website* Tokoone.com.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung web Tokoone.com yang ada di Kota Surabaya, sedangkan sampel yang diambil sebanyak 140 orang dengan metode *purposive sampling*. Sumber data yang digunakan adalah data primer, dimana data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* dengan bantuan software LISREL.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *satisfaction*; (2) *confirmation* berpengaruh terhadap *satisfaction*; (3) *confirmation* berpengaruh terhadap *perceived usefulness*; (4) *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *web continuance intention*; (5) *satisfaction* berpengaruh terhadap *web continuance intention*.

Kata kunci : *Perceived Usefulness, Confirmation, Satisfaction, Web Continuance Intention*

**THE INFLUENCE OF PERCEIVED
USEFULNESS, CONFIRMATION AND SATISFACTION AGAINST
THE WEB CONTINUANCE INTENTION ON THE WEBSITE
TOKOONE.COM**

ABSTRACT

Growth in the number of online shopping sites growing rapidly led to an increasingly competitive rivalry. This condition requires every company to be able to put the consumer as the central point that must be considered, such as consumer satisfaction. This study aims to examine and analyze the effect of perceived usefulness and confirmation of the satisfaction, the influence of perceived usefulness and satisfaction to the web continuance intention, as well as confirmation of the influence of perceived usefulness on the Tokoone.com website.

This study uses a quantitative approach. The population in this study are all web visitors Tokoone.com in the city of Surabaya, whereas samples taken about 140 people with purposive sampling method. Source of data used is primary data, where the data were collected by distributing questionnaires. The data analysis technique used is Structural Equation Modelling with LISREL software.

The results in this study show that: (1) Perceived usefulness effect on satisfaction, (2) Confirmation influence on satisfaction, (3) Confirmation affect the perceived usefulness, (4) The effect on the perceived usefulness of web continuance intention; (5) The effect on satisfaction of web continuance intention.

**Keywords : Perceived Usefulness, Confirmation, Satisfaction, and
Web Continuance Intention**