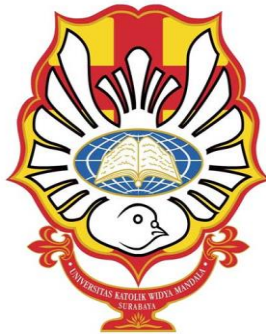


**ANALISIS PENGARUH *FUNCTIONAL CONVENIENCE* DAN  
*REPRESENTATIONAL DELIGHT* TERHADAP *POSITIVE*  
*AFFECT* PADA KONSUMEN TOKO *ONLINE OLX.COM* DI  
SURABAYA**



Oleh :  
**YONGKY ADIPUTRA JUARSA**  
**3103010133**

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

**ANALISIS PENGARUH *FUNCTIONAL CONVENIENCE* DAN  
*REPRESENTATIONAL DELIGHT* TERHADAP *POSITIVE AFFECT*  
PADA KONSUMEN TOKO ONLINE *OLX.COM* DI SURABAYA  
SKRIPSI**

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

Oleh :  
YONGKY ADIPUTRA JUARSA  
3103010133

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2016

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH *FUNCTIONAL CONVENIENCE* DAN  
*REPRESENTATIONAL DELIGHT* TERHADAP *POSITIVE AFFECT*  
PADA KONSUMEN TOKO ONLINE *OLX.COM* DI SURABAYA

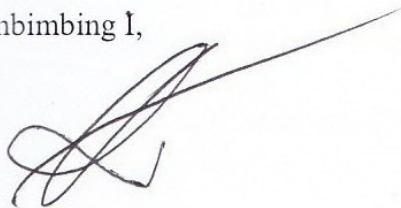
Oleh :

Yongky Adiputra Juarsa

3103010133

Telah disetujui dan diterima dengan baik  
untuk diajukan kepada Tim Penguji

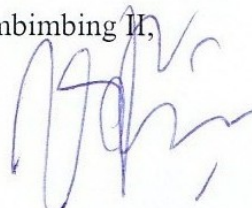
Pembimbing I,



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM.

Tanggal: 28 Juli 2016

Pembimbing II,



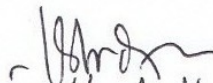
Veronika Rahmawati, SE., M.Si.

Tanggal: 28 Juli 2016

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Yongky Adiputra Juarsa NRP 3103010133 Telah diuji pada tanggal...7-9-2016...dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji

  
Dr. Margaretha Ardhanani, SE, M.SI  
NIK. 311.95.0228

Mengetahui:

Dekan,

  
  
Dr. Lodovicus Lasdi, MM, AK.CA .  
NIK. 621.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE,  
NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yongky Adiputra Juarsa

NRP : 3103010133

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Functional Convenience* Dan *Representational Delight* Terhadap *Positive Affect* Pada Konsumen Toko Online *Olx.Com* Di Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir 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 Univesitas 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, Juli 2016

Yang menyatakan,



Yongky Adiputra

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus atas anugerah, kasih karunia, dan rahmatNya yang telah dilimpahkanNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh *Functional Convenience* Dan *Representational Delight* Terhadap *Positive Affect* Pada Konsumen Toko Online *Olx.Com* Di Surabaya” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini juga dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan serta dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung mau pun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM, AK,CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM. selaku dosen pembimbing I. Terima kasih banyak atas waktu yang telah diluangkan, bimbingan, kesabaran, pengertian serta masukan-masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing II. Terima kasih banyak atas waktu yang telah diluangkan, bimbingan, kesabaran, pengertian serta masukan-masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik
5. Seluruh dosen yang selama masa perkuliahan telah memberikan berbagai ilmu dan pengetahuan kepada penulis yang dapat membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Orang Tua yang telah memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang sehingga penulis memiliki semangat hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Lucky, Yoga, Stevanus, Andry, dan Cristian yang selalu mendorong penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu, selalu menemani dan memberikan dukungan sehingga penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya. Dengan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, maka penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan dijadikan pembelajaran oleh penulis di masa depan dan penulis memohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan. Terima kasih. Tuhan Yesus memberkati kita semua.

Surabaya, 30 September 2016

Yongky Adiputra Juarsa

**ANALISIS PENGARUH *FUNCTIONAL CONVENIENCE* DAN  
*REPRESENTATIONAL DELIGHTS* TERHADAP  
POSITIVE AFFECT PADA KONSUMEN  
TOKO ONLINE *OLX.COM*  
DI SURABAYA**

**ABSTRAK**

Perkembangan internet yang semakin pesat terus dimanfaatkan oleh berbagai pihak tidak terkecuali untuk kepentingan bisnis sebagai bisnis online dan sebagai pemasaran, sehingga menimbulkan dampak persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Kondisi ini menuntut setiap pelaku bisnis untuk dapat menentukan strategi yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *merchandise attractiveness*, *site ease of use*, *enjoyment*, *website communication style* terhadap *positive affect* pada konsumen toko *online* di Surabaya.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausalitas dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang diambil sebanyak 108 responden yang merupakan konsumen pada *www.OLX.com* di Surabaya Data yang digunakan bersumber dari data primer dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *merchandise attractiveness* berpengaruh terhadap *positive affect*; (2) *site ease of use* berpengaruh terhadap *positive affect*; (3) *enjoyment* berpengaruh terhadap *positive affect*; (4) *website communication style* berpengaruh terhadap *positive affect* pada konsumen toko *online* di Surabaya.

**Kata Kunci:** *merchandise attractiveness*, *site ease of use*, *enjoyment*, *website communication style*, *positive affect*



# **ANALYSIS OF EFFECT OF FUNCTIONAL CONVENIENCE AND REPRESENTATIONAL DELIGHTS ON POSITIVE AFFECT OLX.COM ONLINE SHOP CONSUMERS IN SURABAYA**

## **ABSTRACT**

The development of the Internet is rapidly increasing, various parties are no exception to the business interests continue to use it as an online business and as marketing, so that the impact of an increasingly competitive business competition. These conditions require all businesses to be able to determine strategies that can influence purchasing decisions. This study aims to determine the effect of attractiveness merchandise, site ease of use, enjoyment, website communication style on positive affect Olx.com online shop consumers in Surabaya.

This type of research is the study of causality using a quantitative approach. Samples taken are olx.com consumers in Surabaya as many as 108 respondents. Data are obtained from the primary data by distributing questionnaires. Data analysis technique used is multiple linear regression analysis.

The results in this study show that: (1) merchandise attractiveness has a positive influence on positive affect; (2) site ease of use has a positive influence on positive affect; (3) enjoyment has a positive influence on positive affect; (4) website communication style has a positive influence on positive affect online consumer in Surabaya.

**Keywords: merchandise attractiveness, site ease of use, enjoyment, website communication style, positive affect**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DALAM.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA</b>	
<b>ILMIAH.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Akademis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
1.5 Sistematika Skripsi .....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.1.1 Perbandingan Teori dan Penelitian Terdahulu dengan Sekarang .....	7

2.2	Landasan Teori .....	10
2.2.1	<i>Cognition</i> .....	10
2.2.1.1	Pengertian <i>Cognitive</i> <i>Determinants Of Emotion</i> .....	10
2.2.2	<i>Functional convenience</i> .....	11
2.2.2.1	Definisi <i>Functional</i> <i>convenience</i> .....	11
2.2.2.2	Teori <i>Self-Efficacy</i> .....	14
2.2.3	<i>Representational Delight</i> .....	14
2.2.4	<i>Emosi</i> .....	19
2.2.5	Pengaruh Antar Variabel.....	21
2.2.5.1	<i>Merchandise Attractiveness</i> berpengaruh terhadap Positive <i>Affect</i> .....	21
2.2.5.2	<i>Ease of Use</i> berpengaruh terhadap <i>positive affect</i> .....	22
2.2.5.3	<i>Enjoyment</i> berpengaruh terhadap <i>Positive Affect</i> .....	23
2.2.5.4	<i>Website Communication Style</i> berpengaruh terhadap <i>Positive Affect</i> .....	24
2.3	Model Penelitian.....	25
2.4	Hipotesis Penelitian .....	25

### **BAB 3 METODE PENELITIAN**

3.1	Desain Penelitian .....	27
3.2	Identifikasi Variabel .....	27
3.3	Definisi Operasional .....	28

3.3.1	<i>Merchandise Attractiveness</i> .....	28
3.3.2	<i>Ease of Use</i> .....	29
3.3.3	<i>Enjoyment</i> .....	29
3.3.4	<i>Website Communication Style</i> .....	29
3.3.5	<i>Positive affect</i> .....	30
3.4	Teknik Pengukuran Variabel.....	30
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	31
3.5.1	Jenis Data .....	31
3.5.2	Sumber Data .....	31
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	32
3.6.1	Alat Pengumpulan Data .....	32
3.6.2	Metode Pengumpulan Data .....	32
3.7	Populasi, ampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.7.1	Populasi.....	33
3.7.2	Sampel .....	34
3.8	Metode Analisis Data.....	34
3.8.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	35
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	35
3.8.3	Regresi Linier Berganda .....	37
3.8.4	Uji F.....	38
3.8.5	Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	38
3.8.6	Uji Hipotesis.....	39

## **BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1	Karakteristik Responden.....	40
4.1.1	Jenis kelamin .....	40

4.1.2	Usia .....	41
4.1.3	Frekuensi penggunaan situs berbelanja online.....	41
4.1.4	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian ....	42
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	48
4.2.1	Uji Validitas .....	48
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	50
4.3	Uji Asumsi Klasik .....	50
4.3.1	Uji Normalitas .....	50
4.3.2	Uji Multikolinieritas .....	51
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	51
4.3.4	Uji Autokorelasi .....	52
4.4	Analisis Model dan Pengujian Hipotesis .....	53
4.4.1	Analisis Model .....	53
4.4.2	Pengujian Hipotesis (Uji t).....	55
4.5	Pembahasan.....	59

## **BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Simpulan .....	62
5.2	Saran .....	63

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pengguna Internet dan Populasi di Indonesia.....	1
Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Verhagen dan Van Dolen (2011) dengan Penelitian Sekarang.....	8
Tabel 2.2	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Shirmohammadi et al (2014) dengan Penelitian Sekarang.....	9
Tabel 3.1	Klasifikasi Nilai Durbin – Watson.....	37
Tabel 4.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
Tabel 4.2	Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	41
Tabel 4.3	Penggunaan Situs Berbelanja Online .....	42
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif Variabel Mechandise Attractiveness (X1).....	43
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Variabel Ease of use (X2) .....	44
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel Enjoyment (X3).....	45
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel Website Communication Style (X4).....	46
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel Positive Affect (Y).....	47
Tabel 4.9	Uji Validitas.....	49
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinieritas.....	51
Tabel 4.12	Hasil Pendugaan Parameter Regresi Linier Berganda .....	53
Tabel 4.13	Hasil Uji t .....	55
Tabel 4.14	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis .....	58

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar. 2.1</b> Kerangka konseptual penelitian.....	25
<b>Gambar 4.1.</b> Grafik Pengujian Heteroskedaktisitas .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor :

1. Kuesioner
2. Data Jawaban Kuesioner
3. Karakteristik Responden
4. Output Mean, Standard Deviasi, dan Uji Normalitas
5. Uji Reliabilitas
6. Output Gambar Estimates
7. Output Gambar Standardize Solution