

**PENGARUH KUALITAS SITUS WEB PADA LOYALITAS *ONLINE* DAN  
PERSEPSI NILAI YANG DIRASAKAN KONSUMEN DI *WEBSITE*  
TOKOPEDIA**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

Martin Irfandi Damanik

140320888

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGAYAKARTA**

**2019**

**Skripsi**

**PENGARUH KUALITAS SITUS WEB PADA LOYALITAS ONLINE DAN  
PERSEPSI NILAI YANG DIRASAKAN KONSUMEN DI WEBSITE  
TOKOPEDIA**

**Disusun Oleh :**

**Martin Irfandi Damanik**

**NPM : 14 03 20888**

**Telah dibaca dan disetujui oleh :**

**Pembimbing**



**Prof. Dr. MF Shellyana Junaedi, SE., M.Si.**

**Tanggal 13 Maret 2019**

Skripsi

**PENGARUH KUALITAS SITUS WEB PADA LOYALITAS *ONLINE* DAN  
PERSEPSI NILAI YANG DIRASAKAN KONSUMEN DI *WEBSITE*  
TOKOPEDIA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh  
**Martin Irfandi Damanik**  
NPM : 14 03 20888  
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji  
pada tanggal 2 April 2019  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk kriteria  
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana (S1)  
Program Studi Manajemen

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

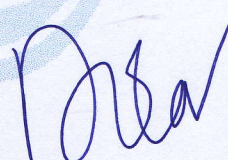


**Prof. Dr. MF Shellyana Junaedi, SE., M.Si.**

**Anggota Panitia Penguji**



**Nadia Nila Sari, SE., MBA.**



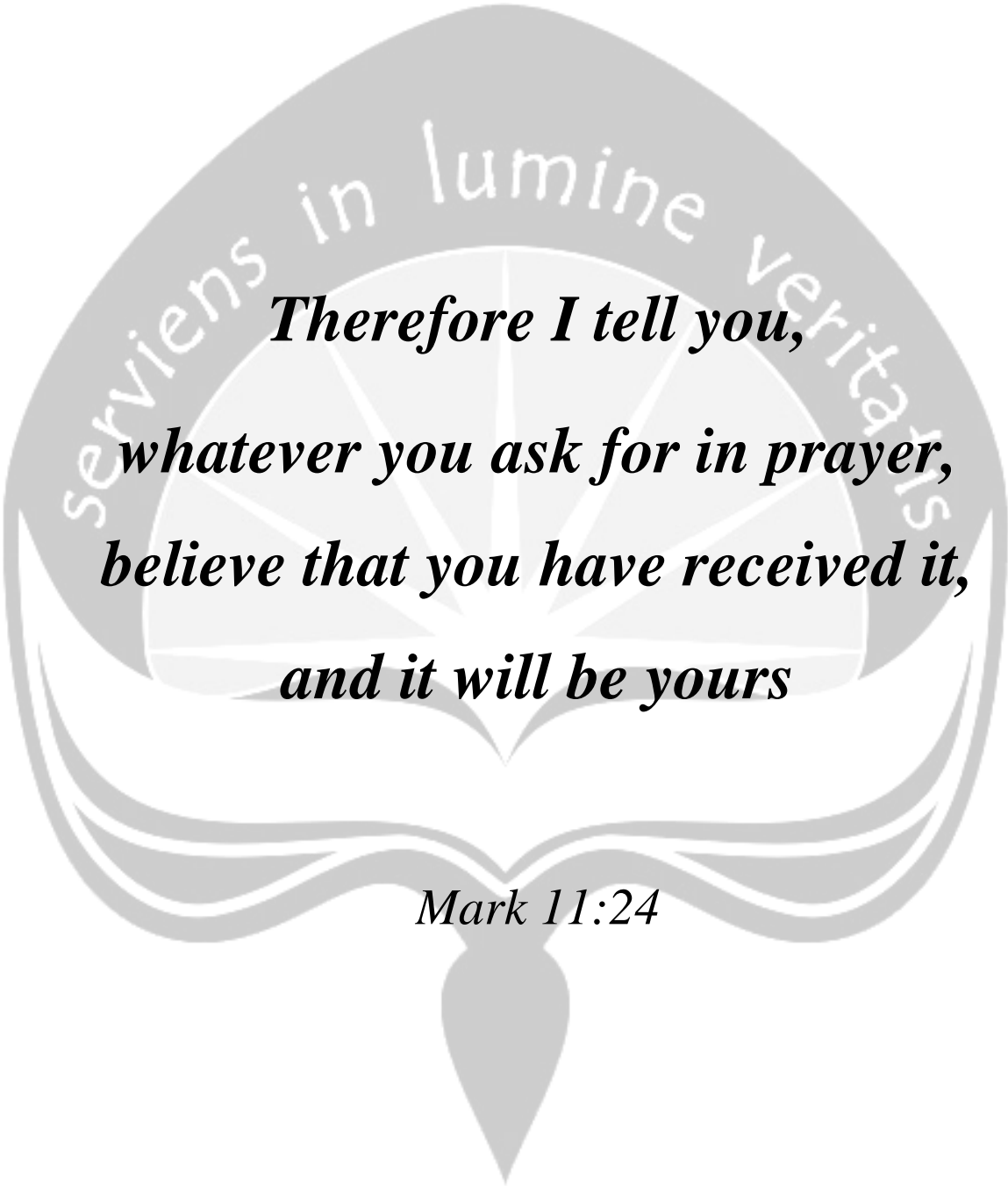
**E. Dita Septiari, SE., M.Sc.**

**Yogyakarta, 2 April 2019**  
**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika**  
**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**  
*Scilens in lumine veritas*  
**FAKULTAS**  
**BISNIS DAN EKONOMIKA**  
**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**

MOTTO



***Therefore I tell you,  
whatever you ask for in prayer,  
believe that you have received it,  
and it will be yours***

*Mark 11:24*

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **PENGARUH KUALITAS SITUS WEB PADA *LOYALITAS ONLINE* DAN PERSEPSI NILAI YANG DIRASAKAN KONSUMEN DI *WEBSITE* TOKOPEDIA**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 13 Maret 2019

Yang menyatakan



Martin Irfandi Damanik

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat, rahmat, dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Situs Web Pada *Loyalitas Online* dan Persepsi Nilai Yang Dirasakan Konsumen di *Website Tokopedia*”.

Penulis menyelesaikan skripsi ini juga dengan adanya bimbingan dan penyertaan dari Tuhan Yesus Kristus yang begitu melimpah dan dukungan dari berbagai pihak yang secara tidak langsung memberikan dukungan dan doa dalam proses penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. MF Shellyana Junaedi, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membantu, membimbing, dan meluangkan waktu hingga terselesaikannya skripsi ini.
2. Rektor, Dekan, Dosen, dan karyawan bagian akademik, tata usaha, bagian perkuliahan, unit perpustakaan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu dan memberikan pelayanan terbaik selama ini.
3. Papah, Mamah, Kakak yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi, dan selalu mengingatkan untuk terus mengerjakan skripsi ini hingga akhirnya dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bernat, Ivan dan Ninda yang selalu menjadi mentor saya selama mengerjakan skripsi ini hingga dapat menyelesaikannya dengan baik.

5. Seperjuangan (Ninda, Andre, Made, Stephani, Ara, Dion, Zeno) yang selalu mendukung saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Pecel Bu Tien Lovers (Bernat, Ivan, Made, Agustinus, Chito, Andre, Stephen, Romano, Dion) yang selalu pakai GO-JEK buat beli makan tengah malem untuk cemilan main FIFA, PES, dll.
7. Teman – teman HMPSM Divisi HRD 2014 (Kak Pejoh, Kak Toti, Mbak Galuh, Mbak Paska, Johan, Henry, Chito, Ivan, Aster, Sthepanie, Lastri, Aldo, Bernat, teman-teman seangkatan dan seperjuangan baik dalam maupun luar kampus.
8. Kelompok KKN 74 Unit I Kelompok 39 (Vano, Michael, Reza, Samuel, Yemima, Monic, Livia, Tita, Winda, Karla) yang telah menjadi teman hidup selama 1 bulan berjalannya KKN.
9. Teman-teman yang telah membantu dalam proses pembuatan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungan, ilmu, dan doa yang selalu diberikan.

Yogyakarta, 13 Maret 2019

Penulis,



Martin Irfandi Damanik

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	9
2.1. Kualitas Situs Web .....	9
2.1.1 Kualitas Sistem .....	9
2.1.2 Kualitas Informasi.....	9
2.1.3 Kualitas Layanan Elektronik.....	10
2.2. Nilai yang dirasakan dari konsumen .....	11
2.3. Loyalitas Online .....	13
2.4. Pengalaman belanja online.....	13
2.5. Model Penelitian .....	15
2.6. Penelitian Terdahulu .....	16
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN.....	27
3.1. Lingkup Penelitian .....	27
3.2. Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data.....	27



3.3.	Teknik Pengumpula Data .....	28
3.4.	Definisi Operasional.....	29
3.5.	Metode Analisis Data .....	35
3.5.1.	Langkah Pertama: Merancang Model Stuktural ( <i>Inner Model</i> ).....	35
3.5.2.	Langkah Kedua: Merancang Model Struktural ( <i>Outer Model</i> ) .....	35
3.5.3.	Langkah Ketiga: Membuat Path Diagram .....	35
3.5.4.	Langkah Keempat: Estimasi .....	37
3.5.5.	Langkah Kelima: Goodness of Fit .....	37
3.5.6.	Langkah Keenam Uji Hipotesis .....	39
BAB IV .....		40
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....		40
4.1.	Pendahuluan .....	40
4.2.	Analisis Statistik Deskriptif Responden.....	41
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Uang Saku per Bulan ..	46
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Belanja online dalam tiga Bulan Terakhir .....	47
4.2.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang Dibeli pada Online Shop (Tokopedia.com) .....	49
4.3.	Analisis Partial Least Square (PLS) .....	50
4.3.1.	Langkah Pertama: Merancang Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	51
4.3.2.	Langkah Kedua: Merancang Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	51
4.3.3.	Langkah Ketiga: Mengkonstruksi Path Diagram.....	56
4.3.4.	Langkah Keempat: Estimasi .....	57
4.3.5.	Langkah Kelima: Goodness of Fit .....	58
4.3.6.	Langkah Keenam: Uji Hipotesis .....	73
4.4.	Analisis Uji One-Way ANOVA.....	78
4.4.1.	Uji Beda Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
4.5.	Pembahasan .....	79
4.5.1.	Pengaruh System Quality pada Persepsi Nilai Yang Dirasakan Konsumen.....	79

4.5.2. Pengaruh Information Quality pada Persepsi Nilai Yang Dirasakan Konsumen.....	80
4.5.3. Pengaruh e-Service Quality pada Persepsi Nilai Yang Dirasakan Konsumen.....	81
4.5.4. Pengaruh Persepsi Nilai Yang Dirasakan Konsumen terhadap Online Loyalty. 82	
4.5.5. Pengaruh Online Shopping Experience memoderasi System Quality pada Persepsi Nilai Yang Dirasakan Konsumen .....	82
4.5.6. Pengaruh Online Shopping Experience memoderasi Information Quality pada Persepsi Nilai Yang Dirasakan Konsumen .....	84
4.5.7. Pengaruh Online Shopping Experience memoderasi e-Service Quality pada Persepsi Nilai Yang Dirasakan Konsumen .....	85
BAB V .....	87
PENUTUP.....	87
5.1. Kesimpulan.....	87
5.2. Implikasi Manajerial .....	88
5.3. Saran dan Keterbatasan Penelitian .....	92
DAFTAR PUSTAKA .....	94
DAFTAR LAMAN.....	102

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	27
Tabel 4.1. Deskriptif Karakteristik Responden.....	40
Tabel 4.2. Konstruk dan Indikator.....	50
Tabel 4.3. Hasil <i>Outer Loadings</i> .....	58
Tabel 4.4. Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	60
Tabel 4.5. Hasil <i>Cross Loading</i> .....	61
Tabel 4.6. <i>Fornell Larcker Criterium</i> .....	66
Tabel 4.7. Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.8. Hasil <i>R-Square</i> .....	71
Tabel 4.9. <i>Path Coefficient</i> .....	72
Tabel 4.10. Uji Berdasarkan Jenis Kelamin Terhadap variabel dari <i>Quality Website (System Quality, Information Quality, E-Service Quality), Perceived Value, Online Experience, dan Online Loyalty</i> .....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan fitur kategori barang pada Tokopedia dari situs web.....	4
Gambar 1.2 Peringkat 10 besar E-Commerce Indonesia per Juli 2018.....	5
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	15
Gambar 4.1. Kelompok Responden Berdasarkan Usia.....	42
Gambar 4.2. Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Gambar 4.3. Kelompok Responden Berdasarkan Jumlah Uang Saku per Bulan.....	46
Gambar 4.4. Kelompok Responden Berdasarkan Intensitas Belanja online dalam tiga Bulan Terakhir.....	47
Gambar 4.5. Kelompok Responden Berdasarkan Kategori Produk yang Dibeli pada <i>Online Shop</i> (Tokopedia.com).....	49
Gambar 4.6. <i>Path Diagram</i> .....	56
Gambar 4.7. Model Struktural.....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Jurnal Acuan

Lampiran 2: Kuesioner Penelitian

Lampiran 3: Data Responden

Lampiran 4: Data Kuesioner

Lampiran 5: Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 6: Partial Least Square

Lampiran 7: Uji Beda (*One-way ANOVA*)



**PENGARUH KUALITAS SITUS WEB PADA *LOYALITAS ONLINE* DAN  
PERSEPSI NILAI YANG DIRASAKAN KONSUMEN DI *WEBSITE***

**TOKOPEDIA**

**Disusun Oleh :**

**Martin Irfandi Damanik**

**NPM : 14 03 20888**

**Pembimbing**

**Prof. Dr. MF Shellyana Junaedi, SE., M.Si.**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Kualitas Situs Web Pada Loyalitas Online dan Persepsi Nilai Yang Dirasakan Konsumen di *Website* Tokopedia, serta bagaimana Pengalaman Belanja Online berperan sebagai *moderating variable*. Penelitian ini juga melakukan uji beda terhadap karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam tiga bulan terakhir. Data yang digunakan merupakan data primer yang didapat melalui kuesioner yang di distribusikan secara *online* dengan bantuan *Google Forms* kepada 157 Mahasiswa. Alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling Partial Least Squares* (SEM-PLS 3.0) dan *One-way ANOVA* (Alat analisis untuk Uji Beda).

Hasil analisis *Partial Least Square* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif secara langsung *System Quality* terhadap Persepsi Nilai Yang Dirasakan Konsumen, *e-Service Quality* terhadap Persepsi Nilai Yang Dirasakan Konsumen. Persepsi Nilai Yang Dirasakan Konsumen memiliki pengaruh terhadap *Online Loyalty*. Terdapat pengaruh negatif *Information Quality* secara langsung terhadap Persepsi Nilai Yang Dirasakan Konsumen. *Online Experience* sebagai *Moderating Variable* tidak berpengaruh terhadap *System Quality* pada Persepsi Nilai Yang Dirasakan Konsumen. *Online Experience* sebagai *Moderating Variable* tidak berpengaruh terhadap *Information Quality* pada Persepsi Nilai Yang Dirasakan Konsumen. *Online Experience* sebagai *Moderating Variable* tidak berpengaruh terhadap *e-Service Quality* pada Persepsi Nilai Yang Dirasakan Konsumen.

**Kata Kunci :** *System Quality, Information Quality, e-Service Quality, Persepsi Nilai Yang Dirasakan Konsumen, Online Loyalty, Online Shopping Experience, Partial Least Square, One-Way ANOVA*