

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI *ONLINE* DAN DESAIN APLIKASI
TERHADAP LOYALITAS BELANJA PENGGUNA
E-COMMERCE SHOPEE INDONESIA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Greeszilla Martha Sukarso

NPM : 200325255

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

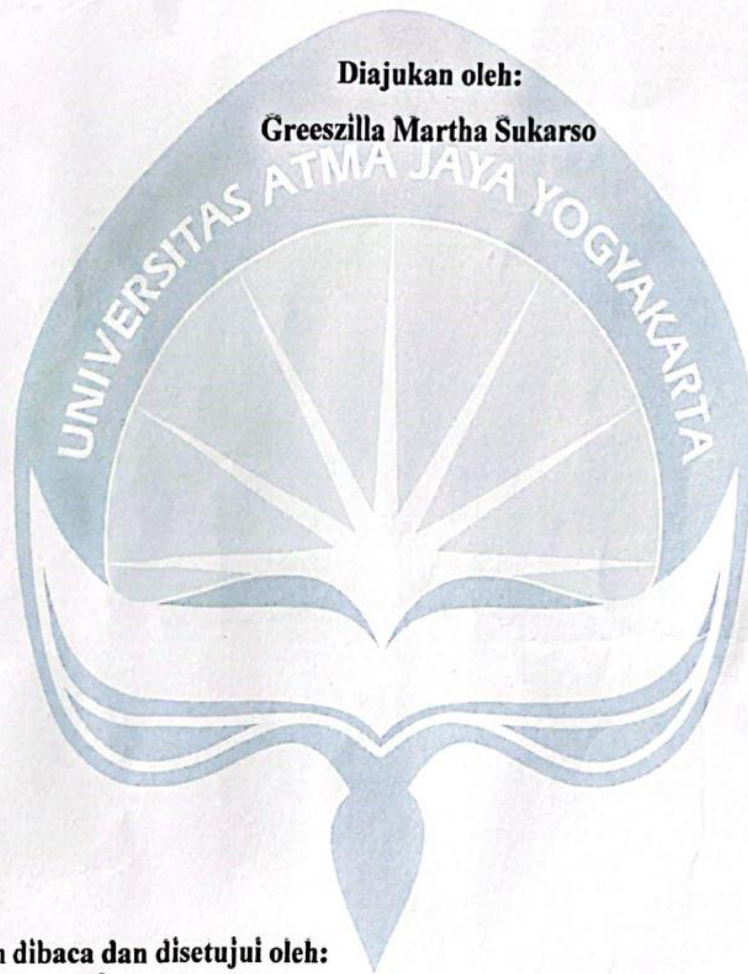
2025

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI *ONLINE* DAN DESAIN APLIKASI
TERHADAP LOYALITAS BELANJA PENGGUNA
E-COMMERCE SHOPEE INDONESIA**

Diajukan oleh:

Greeszilla Martha Sukarso



Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'C. Jarot Priyogutomo', is written over the name of the supervisor.

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

14 Januari 2025

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI *ONLINE* DAN DESAIN APLIKASI
TERHADAP LOYALITAS BELANJA PENGGUNA
E-COMMERCE SHOPEE INDONESIA**

Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh:
Greeszilla Martha Sukarso
NPM: 20 03 25255

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 14 Januari 2025
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Penguji



Nadia Nila Sari, SE., MBA.



Vonezyo Yupanzara Dharomesz, SE., MBA

Pembimbing,




Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Yogyakarta, 14 Januari 2025
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



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



Wenefrida Mahestu Noviandra K, SE., M.Sc.IB, Ph.D.

PERNYATAAN

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

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI *ONLINE* DAN DESAIN APLIKASI
TERHADAP LOYALITAS BELANJA PENGGUNA
E-COMMERCE SHOPEE INDONESIA**

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

Yogyakarta, 17 Januari 2025

Yang menyatakan,

Greeszilla Martha Sukarso

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, berkat, hikmat, karunia serta kelimpahan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini berjudul “**PENGARUH KUALITAS INFORMASI *ONLINE* DAN DESAIN APLIKASI TERHADAP LOYALITAS BELANJA PENGGUNA *E-COMMERCE* SHOPEE INDONESIA**“ yang diajukan sebagai syarat untuk menempuh gelar Sarjana Manajemen (S1) di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Kepada pihak-pihak yang membantu, mendukung, dan mendoakan kesuksesan penulis, diantaranya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa memberikan hikmat dan kekuatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan selesai tepat waktu.
2. Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. selaku dosen pembimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini. Beliau dengan sabar, baik hati, dan mudah untuk ditemui dalam bimbingan dan memberikan banyak proses pengajaran dalam bimbingan skripsi hingga penulis mendapatkan gelar sarjana.
3. Seluruh Dosen pengajar FBE UAJY, yang pernah mengajar penulis selama 4 tahun masa studi, sehingga ilmu dan materi pembelajaran dapat diterapkan pada studi ini.

4. Greeszilla Martha Sukarso, yang berhasil melewati dan keluar dari zona nyaman untuk memberikan performa yang terbaik sehingga penelitian ini dapat selesai tepat waktu sesuai dengan harapan.
5. Orang tua saya dan yang selalu memberikan semangat dan selalu mendoakan penulis dalam setiap langkah, terimakasih kepada Adik penulis tercinta yang sudah mendukung dan memberikan semangat dalam menyusun skripsi ini.
6. Bapak Daniel Agung dan Ibu Lina beserta keluarga komsel The Encourage yang turut mendoakan dan memberi support.
7. Sahabat terbaik penulis Ko Andre, Andrea, Ivella, Aufa dan Ko John yang selalu membantu serta memberikan dukungan sehingga skripsi penulis dapat diselesaikan dengan baik.
8. Kepada seluruh teman-teman yang dalam proses penyusunan penelitian ini membantu penulis dalam berdiskusi, yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu.
9. Seluruh responden penelitian yang sudah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu proses penelitian. Demikian, penelitian skripsi ini dibuat dengan sebaik mungkin, apabila terdapat kekurangan, akan sangat terbuka terhadap kritik dan saran. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 17 Januari 2025

Yang menyatakan

Greeszilla Martha Sukarso

DAFTAR ISI

| | |
|---|----|
| PERNYATAAN..... | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| DAFTAR ISI..... | iv |
| DAFTAR GAMBAR..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| ABSTRAK..... | 0 |
| BAB 1 PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis..... | 8 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis..... | 8 |
| 1.5 Sistematika Penulisan..... | 9 |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA..... | 11 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 11 |
| 2.1.1 Kualitas Informasi Online..... | 11 |
| 2.1.2 Desain Aplikasi..... | 14 |

| | | |
|--------------|---|-----------|
| 2.1.3 | Loyalitas Belanja Online | 17 |
| 2.1.4 | Kepuasan Belanja Online | 21 |
| 2.2 | Penelitian Sebelumnya | 24 |
| 1. | Kualitas Informasi Online | 24 |
| 2. | Desain Website | 24 |
| 3. | Loyalitas Belanja Pengguna | 24 |
| 2.3 | Hipotesis | 32 |
| BAB 3 | METODOLOGI PENELITIAN | 36 |
| 3.1 | Jenis Penelitian | 36 |
| 3.2 | Objek, Subjek, dan Lokasi Penelitian..... | 36 |
| 3.3 | Populasi dan Sampel Penelitian..... | 38 |
| 3.4 | Teknik Pengumpulan Data | 39 |
| 3.5 | Definisi Operasional Variabel..... | 40 |
| 3.6 | Metode Pengukuran Data | 42 |
| 3.7 | Metode Analisis Data | 43 |
| 3.8 | Metode Pengujian Instrumen..... | 44 |
| 3.9 | Model Pengukuran (Outer Model) | 45 |
| 3.9.1 | Uji Validitas | 45 |
| 3.9.2 | Uji Reliabilitas..... | 46 |
| 3.10 | Model Struktural (Inner Model)..... | 47 |
| 3.10.1 | R-Square | 47 |

| | | |
|--------|---|----|
| 3.10.2 | Prediction Relevance (Q-Square)..... | 48 |
| 3.10.3 | Path Coefficient | 48 |
| 3.11 | Pengujian Hipotesis | 49 |
| 3.12 | Pengujian Variabel Mediasi | 49 |
| 3.12.1 | Model Mediasi..... | 50 |
| 3.12.2 | Pola Konsistensi Mediasi | 51 |
| BAB 4 | HASIL DAN PEMBAHASAN | 52 |
| 4.1 | Hasil Statistika Deskriptif..... | 52 |
| 4.1.1 | Pertanyaan Filter Responden..... | 52 |
| 4.1.2 | Profil Responden Berdasarkan Demografi..... | 55 |
| 4.1.3 | Statistika Deskriptif Variabel..... | 58 |
| 4.2 | Hasil Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)..... | 64 |
| 4.2.1 | Analisis Uji Validitas Konvergen (<i>convergent validity</i>)..... | 65 |
| 4.2.2 | Analisis Uji Validitas Diskriminan (<i>discriminant validity</i>)..... | 67 |
| 4.2.3 | Analisis Uji Reliabilitas | 68 |
| 4.3 | Hasil Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)..... | 69 |
| 4.3.1 | Analisis R-Square Model | 70 |
| 4.3.2 | Analisis <i>Path Coefficients</i> | 72 |
| 4.4 | Pengujian Hipotesis | 73 |
| 4.4.1 | Pengaruh Kepercayaan Informasi terhadap Loyalitas Belanja Pengguna di platform Shopee Indonesia..... | 74 |

| | | |
|-------|--|----|
| 4.4.2 | Pengaruh Kepercayaan Informasi terhadap Kepuasan Belanja Online di platform Shopee Indonesia..... | 75 |
| 4.4.3 | Pengaruh Akurasi informasi terhadap Kepuasan Pengguna di platform Shopee Indonesia..... | 75 |
| 4.4.4 | Pengaruh Desain Aplikasi Kepuasan Belanja Online di platform Shopee Indonesia..... | 76 |
| 4.4.5 | Pengaruh Mediasi Kepuasan Pengguna terhadap hubungan Kepercayaan Informasi, Akurasi informasi, dan Desain Aplikasi terhadap Loyalitas Belanja Pengguna di platform Shopee Indonesia..... | 76 |
| 4.5 | PENGUJIAN MEDIASI | 77 |
| 4.6 | PEMBAHASAN HIPOTESIS | 79 |
| 4.6.1 | Pengaruh Kepercayaan Informasi terhadap Loyalitas Belanja Pengguna di platform Shopee Indonesia..... | 79 |
| 4.6.2 | Pengaruh Kepercayaan Informasi terhadap Kepuasan Belanja Online di platform Shopee Indonesia..... | 80 |
| 4.6.3 | Pengaruh Akurasi informasi Kepuasan Pengguna di platform Shopee Indonesia..... | 80 |
| 4.6.4 | Pengaruh Desain Aplikasi Kepuasan Belanja Online di platform Shopee Indonesia..... | 81 |
| 4.6.5 | Pengaruh Mediasi Kepuasan Pengguna terhadap hubungan Kepercayaan Informasi, Akurasi informasi, dan Desain Aplikasi terhadap Loyalitas Belanja Pengguna di platform Shopee Indonesia..... | 82 |

| | | |
|---------------------|--|----|
| BAB 5 | PENUTUP | 83 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 83 |
| 5.2 | Implikasi Manejerial..... | 85 |
| 5.3 | Keterbatasan penelitian | 87 |
| 5.4 | Saran Untuk Penelitian Selanjutnya | 87 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 89 |
| LAMPIRAN..... | | 92 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----------|
| Gambar 1.1.1 Data Pengguna E-commerce di Indonesia dari tahun 2019-2023.... | 3 |
| Gambar 2.1.1 Model Penelitian..... | 32 |
| Gambar 4.1 Model Kerangka SEM PLS..... | 64 |
| Gambar 4.2 Model Struktural PLS Algorithm..... | 69 |
| Gambar 4.3 Model Struktural Blindfolding | 71 |
| Gambar 4.4 Model Struktural Bootstrapping | 73 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----------|
| Tabel 3.1 Definisi Operasional | 41 |
| Tabel 3.2 Skor Skala Likert dalam Setiap Pernyataan..... | 42 |
| Tabel 4.1 Responden yang bertransaksi di Shopee dalam 6 bulan terakhir | 53 |
| Tabel 4.2 Responden yang berumur diatas 18 tahun..... | 54 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Demografi Responden..... | 56 |
| Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Informasi..... | 59 |
| Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Akurasi Informasi..... | 60 |
| Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Desain Aplikasi..... | 61 |
| Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pengguna | 62 |
| Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Belanja Pengguna | 63 |
| <i>Tabel 4.9 Nilai Outer Loading (Loading Factor).....</i> | 65 |
| Tabel 4.10 Avarage Variance Extracted | 66 |
| Tabel 4.11 Nilai Cross Loading | 67 |
| Tabel 4.12 Tabel Uji Reliabilitas | 68 |
| Tabel 4.13 R-Square dan Q-Square..... | 70 |
| Tabel 4.14 Path Coefficients | 72 |

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI *ONLINE* DAN DESAIN APLIKASI
TERHADAP LOYALITAS BELANJA PENGGUNA
E-COMMERCE SHOPEE INDONESIA**

Disusun oleh :

**Greeszilla Martha Sukarso
200325255**

Pembimbing

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari Kepercayaan Informasi, Akurasi Informasi dan Desain Aplikasi terhadap Loyalitas Belanja Online serta Kepuasan Pengguna sebagai variabel mediasi nya. Objek dalam penelitian ini adalah pengguna platform berbelanja *online* Shopee di Indonesia dengan total responden sebanyak 176 responden, namun hanya 166 responden yang memenuhi kriteria dan menjadi sumber data untuk penelitian. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling dengan skala Likert 5 poin, yang disebarakan secara online dalam bentuk kuesioner online menggunakan Google Forms. Penelitian ini menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dalam menganalisis data berbasis Partial Least Square (PLS) dengan bantuan software SmartPLS. Berdasarkan penelitian ini didapati yang pertama, bahwa Pertama Kepercayaan Informasi tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Belanja Online, Kedua, Kepercayaan Informasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna, Ketiga, Akurasi Informasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna, Ke empat, Desain Aplikasi Berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna, Kelima, Kepuasan Pengguna berpengaruh positif sebagai variabel mediasi antara Kepercayaan Informasi, Akurasi Informasi dan Desain Aplikasi Terhadap Loyalitas Belanja Online.

Kata Kunci : Kepercayaan Informasi, Akurasi Informasi, Desain Aplikasi, Loyalitas Belanja Online, Kepuasan Pengguna.