



MILIK PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Diterima	: 18 JUN 2010
Inventarisasi	: 37/mj/HD. 6/2010.
Klasifikasi	: 658.812/jum/09
Subyek	: Customer Relations

TESIS

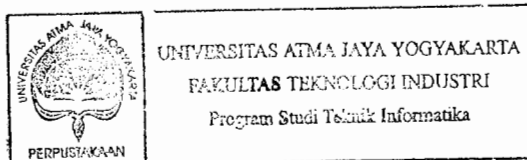
**KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP SITUS
KUSTOMISASI MASAL: ANTESEDEN DAN
KONSEKUENSI**



JIMMY KURNIAWAN

No. Mhs.: 07.040/PS/MTF

**PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK INFORMATIKA
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2009**







UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK INFORMATIKA

PENGESAHAN TESIS

Nama : Jimmy Kurniawan
Nomor Mahasiswa : 07.040/PS/MTF
Konsentrasi : Sistem Informasi
Judul Tesis : Kepuasan Konsumen terhadap Situs Kustomisasi Masal:
Anteseden dan Konsekuensi



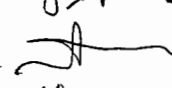
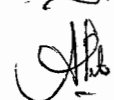
Nama Pembimbing	Tanggal	Tanda tangan
Prof. Ir. Suyoto, M.Sc., Ph.D.	20 Feb 2009	
Fandy Tjiptono, SE., M.Com.	23 Feb 2009	



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
 PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK INFORMATIKA

PENGESAHAN TESIS

Nama : Jimmy Kurniawan
 Nomor Mahasiswa : 07.040/PS/MTF
 Konsentrasi : Sistem Informasi
 Judul Tesis : Kepuasan Konsumen terhadap Situs Kustomisasi Masal:
 Anteseden dan Konsekuensi

Nama Penguji	Tanggal	Tanda tangan
Prof. Ir. Suyoto, M.Sc., Ph.D.	24 Feb 09	
Fandy Tjiptono, SE., M.Com.	25 Feb 09	
Dr.MF.Shellyana Junaedi, M.Si.		
B. Yudi Dwi Andiyanta, ST., MT.	24 Feb 2009	

Ketua Program Studi Magister Teknik Informatika



Prof. Ir. Suyoto, M.Sc., Ph.D.

Pernyataan Keaslian Penelitian

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Jimmy Kurniawan

No.Mhs. : 07.040/PS/MTF

Menyatakan bahwa tesis “Kepuasan Konsumen terhadap Situs Kustomisasi Masal: Anteseden dan Konsekuensi” adalah hasil karya pribadi dan bukan duplikasi dari karya tulis yang telah ada sebelumnya.

Yogyakarta, 26 Januari 2009


Jimmy Kurniawan

INTISARI

Konsep kustomisasi masal mengadopsi keuntungan dari dua metode produksi yang berlawanan, produksi masal dan kustomisasi produk. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui anteseden dan konsekuensi dari kepuasan konsumen ketika mengakses situs kustomisasi masal. Objek penelitian yang digunakan adalah situs kustomisasi masal YourStyle. Situs kustomisasi masal YourStyle adalah situs prototype *e-commerce* yang memungkinkan konsumen untuk melakukan kustomisasi pada produk boneka Teddy Bear.

Model penelitian menggunakan model ekspektasi-diskonfirmasi, yang bertujuan untuk menyelidiki formasi model kepuasan konsumen. Penelitian menggunakan metode eksperimen dan menggunakan 116 sampel dengan karakteristik partisipan adalah wanita yang berdomisili di Yogyakarta. Analisis model menggunakan statistik deskriptif dan Structural Equation Modelling (SEM).

Hasil penelitian menyebutkan bahwa situs kustomisasi masal YourStyle mendapat nilai yang cukup baik (3.99) dari skala 1 (terburuk) sampai 5 (terbaik). Kepuasan konsumen mempunyai dua anteseden, ekspektasi dan diskonfirmasi, dan mempunyai satu konsekuensi yaitu konsekuensi behavioral. Ekspektasi bukanlah prediktor dari variabel kepuasan konsumen. Implikasi manajerial terhadap perusahaan adalah pentingnya persepsi konsumen ketika pertama kali menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan. Perusahaan haruslah menyediakan barang atau jasa dengan kualitas terbaik.

Kata kunci: *mass customization*, kepuasan konsumen, model ekspektasi-diskonfirmasi, *Structural Equation Modelling*

ABSTRACT

Mass customization concept adopts two benefits of two antagonistic manufacturing methods, mass production and product customization. This research was done to identify the antecedents and consequences of consumer satisfaction when accessing the mass customization sites. Object used in this research is mass customization site YourStyle. YourStyle site is a e-commerce prototype site which enables the consumers to customize the stuffed toys Teddy Bear within.

Research model used was the expectancy-disconfirmation model of which objective was to investigate the consumer satisfaction formation. The research used experimental method, using 116 samples which participants' characteristic is women living in Yogyakarta. The model was analyzed using descriptive statistics and Structural Equation Modelling (SEM).

The research concluded that mass customization site YourStyle got good score (3.99) from the scale 1 (worst) into 5 (best). Consumer satisfaction had two antecedents, expectation and disconfirmation, and had one consequence, which was behavioral consequences. Expectation was not predictor of consumer satisfaction. Firms' managerial implication was the importance of perceived performance of the product/service when the consumer uses it for the first time. The firms must provide the best possible quality of product/service to the consumer.

Keywords: *mass customization, consumer satisfaction, expectancy-disconfirmation model, Structural Equation Modeling*

Thanks to:

Jesus Christ – for His plans of my future

My Mom and Dad – for their love and supports

Mr. Fandy Tjiptono – for his overwhelming insights

Mr. Suyoto – for his important corrections and advices

***My Fellow Post-Graduates: Quido, Ivan, Yesi, Gege, Henz
– for their jokes and togetherness***

***My friends: Karina, Jeffry, Yohan, Aditya, Rudy
– for their contribution in my work***

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
INTISARI	v
ABSTRACT	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
1. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Definisi Operasional	9
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian dan Kontribusi Potensial	11
2. TINJAUAN PUSTAKA, MODEL PENELITIAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
A. Pendahuluan.....	13
B. Tinjauan Pustaka.....	13
1. Kustomisasi Massal (<i>mass customization</i>).....	13
2. Model Ekspektasi-Diskonfirmasi	17
3. Kepuasan.....	19
4. Ekspektasi (<i>expectation</i>).....	19
5. Persepsi kinerja (<i>perceived performance</i>).....	20
6. Diskonfirmasi (<i>disconfirmation</i>)	21
7. Konsekuensi Behavioral (<i>behavioral consequences</i>).....	22
C. Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya.....	22

D.	Model Penelitian	24
E.	Pengembangan Hipotesis.....	26
3.	METODOLOGI PENELITIAN	36
A.	Pendahuluan.....	36
B.	Metodologi Penelitian.....	36
1.	Gambaran Umum.....	36
2.	Pilot study	38
3.	Pembuatan Situs Kostumisasi Masal.....	40
4.	Perancangan Instrumen Kuesioner Utama	40
5.	Pretest dan Revisi	40
6.	Prosedur Eksperimen	43
7.	Kegiatan Sampling.....	44
C.	Perancangan Instrumen.....	46
1.	Kuesioner Pilot Study	46
2.	Kuesioner Utama	47
D.	Metode Analisis Data.....	57
1.	Statistik Deskriptif.....	57
2.	Validitas dan Reliabilitas Konstruk.....	58
3.	Structural Equation Modeling	58
4.	ANALISIS, PERANCANGAN, IMPLEMENTASI, DAN PENGUJIAN SITUS KUSTOMISASI MASAL	59
A.	Pengantar.....	59
B.	Deskripsi Keseluruhan.....	59
1.	Perspektif Produk.....	59
2.	Fungsi Produk	60
3.	Karakteristik Pengguna.....	60
4.	Batasan-batasan	60
C.	Kebutuhan Khusus.....	61
1.	Kebutuhan Antarmuka Pemakai.....	61
2.	Kebutuhan Antarmuka Perangkat Keras	61
3.	Kebutuhan Antarmuka Perangkat Lunak	61
D.	Kebutuhan Fungsionalitas	62
1.	Perancangan Arsitektur Situs	62
2.	Perancangan Antarmuka.....	62
3.	Perancangan Arsitektur Papan Cerita.....	67
E.	Proses Pembuatan Situs Kostumisasi Masal YourStyle.....	67
F.	Implementasi Sistem	70
1.	Antarmuka Halaman “Home”	70
2.	Antarmuka Halaman “Petunjuk”	71
3.	Antarmuka Halaman “Kustomisasi Tema”	72
4.	Antarmuka Halaman “Kustomisasi Warna Bulu”.....	73
5.	Antarmuka Halaman “Kustomisasi Ukuran”	74
6.	Antarmuka Halaman “Kustomisasi Warna Mata”	75
7.	Antarmuka Halaman “Tampilan Akhir”	76

8.	Antarmuka Halaman “Ucapan Terima Kasih”	77
G.	Pengujian Situs	78
1.	Pengujian Situs oleh Perancang.....	79
2.	Pengujian situs oleh Partisipan	79
5.	ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA.....	89
A.	Pendahuluan.....	89
B.	Hasil Penyebaran Kuesioner Pilot Study	89
C.	Hasil Penyebaran Kuesioner Utama	93
1.	Kuesioner Pra-eksposur.....	93
2.	Kuesioner Paska-eksposur	104
6.	ANALISIS MODEL PENELITIAN DAN PENGUJIAN HIPOTESIS.....	116
A.	Pendahuluan.....	116
B.	Analisis Faktor Konfirmatori.....	116
C.	Reliabilitas Konstruk	130
D.	Pengujian Hipotesis	131
7.	KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL.....	138
A.	Kesimpulan	138
B.	Implikasi Manajerial	141
	DAFTAR REFERENSI.....	144

DAFTAR TABEL

2.1. Perbandingan Penelitian Sebelumnya	25
3.1. Pemetaan Metodologi	38
3.2. Butir Spesifik Pertanyaan <i>Pilot Study</i>	39
3.3. Butir spesifik konstruk ekspektasi terhadap situs penjualan online.....	50
3.4. Butir spesifik konstruk ekspektasi proses kustomisasi dalam situs penjualan online	51
3.5. Butir spesifik konstruk evaluasi kinerja situs YourStyle	52
3.6. Butir spesifik konstruk evaluasi kinerja proses kustomisasi dalam situs YourStyle	53
3.7. Butir spesifik konstruk diskonfirmasi terhadap situs YourStyle	55
3.8. Butir spesifik konstruk kepuasan konsumen terhadap situs YourStyle	56
3.9. Butir spesifik konstruk konsekuensi behavioral partisipan terhadap situs YourStyle	57
4.1. Gambar Boneka	68
4.2. Fitur Kustomisasi YourStyle	70
4.3. Ringkasan Pengujian Situs YourStyle	79
5.1. Hasil <i>pilot study</i> : kesukaan terhadap boneka	89
5.2. Hasil <i>pilot study</i> : produk boneka favorit.....	90
5.3. Hasil <i>pilot study</i> : Pengalaman membeli produk boneka.....	91
5.4. Hasil <i>pilot study</i> : Pengalaman membeli produk boneka lewat internet	91
5.5. Hasil <i>pilot study</i> : Sikap kemungkinan membeli produk apabila produk boneka favorit dijual secara online	92
5.6. Pre-eksposur: kesukaan terhadap boneka	93
5.7. Pre-eksposur: frekuensi pembelian boneka	94
5.8. Pre-eksposur: uang yang dibelanjakan.....	95
5.9. Pre-eksposur: tujuan konsumsi produk.....	96
5.10. Pre-eksposur: pendapat mengenai produk boneka di pasar	96
5.11. Pre-eksposur: pengalaman membeli barang lewat internet	97
5.12. Pre-eksposur: sikap partisipan mengenai kesediaan membeli produk boneka apabila dijual secara online	98
5.13. Pre-eksposur: ekspektasi terhadap situs penjualan secara online	99
5.14. Pre-eksposur: ekspektasi terhadap situs kustomisasi masal.....	101
5.15. Paska-eksposur: evaluasi persepsi kinerja situs YourStyle	105
5.16. Paska-eksposur: persepsi kinerja proses kustomisasi situs YourStyle	107
5.17. Paska-eksposur: diskonfirmasi	109
5.18. Paska-eksposur: kepuasan konsumen terhadap situs YourStyle.....	111
5.19. Paska-eksposur: konsekuensi behavioral	114
6.1. Penamaan variabel manifes dalam model SEM.....	117
6.2. Hasil Pengukuran <i>Fit Model Awal</i>	120
6.3. Nilai <i>Factor Loading Model Awal</i>	120
6.4. Hasil Pengukuran <i>Fit Model Kedua</i>	122
6.5. Nilai <i>Factor Loading Model Kedua</i>	123
6.6. Uji signifikansi Variabel Manifes Model 2	124

6.7. Nilai <i>Fit Model</i> Ketiga.....	126
6.8. Indeks Modifikasi <i>Error Variances</i>	127
6.9. Nilai <i>Fit Model</i> Keempat.....	129
6.10. Nilai <i>Factor Loading</i> Model Keempat	130
6.11. Nilai <i>Variance Extracted</i> dan <i>Construct Reliability</i>	131
6.12. Nilai Signifikansi antar Variabel Laten	131
6.13. Nilai regresi antar Variabel Laten.....	132
6.14. Rangkuman Penelitian Hipotesis	137



DAFTAR GAMBAR

2.1. Model Penelitian	26
3.1. Metodologi Penelitian.....	37
3.2. Situs YourStyle Versi Beta	43
4.1. Rancangan Antarmuka Halaman “Home”	63
4.2. Rancangan Antarmuka Halaman “Petunjuk”	63
4.3. Rancangan Antarmuka Halaman “Kustomisasi Tema”	64
4.4. Rancangan Antarmuka Halaman “Kustomisasi Warna Bulu”	64
4.5. Rancangan Antarmuka Halaman “Kustomisasi Ukuran”	65
4.6. Rancangan Antarmuka Halaman “Kustomisasi Warna Mata”	65
4.7. Rancangan Antarmuka Halaman “Tampilan Akhir”	66
4.8. Rancangan Antarmuka Halaman “Ucapan Terima Kasih”	66
4.9. Antarmuka Halaman “Home”	71
4.10. Antarmuka Halaman “Petunjuk”	72
4.11. Antarmuka Halaman “Kustomisasi Tema”	73
4.12. Antarmuka Halaman “Kustomisasi Warna Bulu”	74
4.13. Antarmuka Halaman “Kustomisasi Ukuran”	75
4.14. Antarmuka Halaman “Kustomisasi Warna Mata”	76
4.15. Antarmuka Halaman “Tampilan Akhir”	77
4.16. Antarmuka Halaman “Ucapan Terima Kasih”	78
4.17. Grafik Pendapat Partisipan untuk Kategori “Desain Situs YourStyle adalah Menarik Secara Visual”	80
4.18. Grafik Pendapat Partisipan untuk Kategori “Ada Gambar-Gambar yang Menarik”	81
4.19. Grafik Pendapat Partisipan untuk Kategori “Mudah untuk Menjelajah Situs YourStyle”	82
4.20. Grafik Pendapat Partisipan untuk Kategori “Mudah untuk Mengerti Cara Menggunakan Situs”	83
4.21. Grafik Pendapat Partisipan untuk Kategori “Mudah untuk Menemukan Informasi dalam Situs”	84
4.22. Grafik Pendapat Partisipan untuk Kategori “Ada Pilihan Tools yang Jelas”	85
4.23. Grafik Pendapat Partisipan untuk Kategori “Mudah untuk Mengerti Bagaimana untuk Memulai, Melakukan Hal Selanjutnya, dan Bagaimana untuk Melanjutkan”	86
4.24. Grafik Pendapat Partisipan untuk Kategori “Mudah untuk Mengetahui Posisi dalam Situs”	87
4.25. Grafik Pendapat Partisipan untuk Kategori “Gambar dan Foto Memberi Informasi yang Jelas”	88
6.1. Model Awal Analisis SEM	119
6.2. Model Kedua Analisis SEM	122
6.3. Model Ketiga Analisis SEM	126
6.4. Model Keempat Analisis SEM	129
7.1. Model Final	139

DAFTAR LAMPIRAN

1.	Format Kuesioner <i>Pilot Study</i>	147
2.	Format Kuesioner Utama.....	149
3.	Hasil Kuesioner <i>Pilot Study</i>	154
4.	Hasil Kuesioner Utama – Pra-eksposur – Statistik Deskriptif.....	156
5.	Hasil Kuesioner Utama – Pra-eksposur – Ekspektasi Penjualan Online.....	159
6.	Hasil Kuesioner Utama – Pra-eksposur – Ekspektasi Situs Kustomisasi Masal.....	162
7.	Hasil Kuesioner Utama – Paska-eksposur – Evaluasi Kinerja Situs YourStyle.....	167
8.	Hasil Kuesioner Utama – Paska-eksposur – Persepsi Kinerja Proses Kustomisasi Masal YourStyle.....	170
9.	Hasil Kuesioner Utama – Paska-eksposur – Diskonfirmasi, Kepuasan Konsumen dan Konsekuensi Behavioral Proses Kustomisasi Masal YourStyle.....	175