

**PENGARUH *INFORMATION QUALITY* DAN *PERCEIVED SECURITY* TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* MELALUI
E-CUSTOMER TRUST PADA KONSUMEN ZALORA**



Oleh:
NOVITA KATARINA
3103013131

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017

HALAMAN JUDUL

PENGARUH *INFORMATION QUALITY* DAN *PERCEIVED SECURITY* TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *E-CUSTOMER TRUST* PADA KONSUMEN ZALORA

SKRIPSI

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

Oleh:
NOVITA KATARINA
3103013131

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

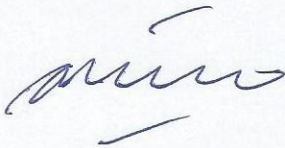
PENGARUH *INFORMATION QUALITY* DAN *PERCEIVED SECURITY* TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *E-CUSTOMER TRUST* PADA KONSUMEN ZALORA

Oleh:

NOVITA KATARINA
3103013131

Telah disetujui dan diterima dengan baik
untuk diajukan kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM. Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM., QWP

Tanggal: 23 Januari 2017

Pembimbing II,

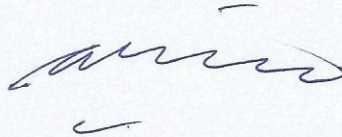


Tanggal: 27 Januari 2017

HALAMAN PENGESAHAN

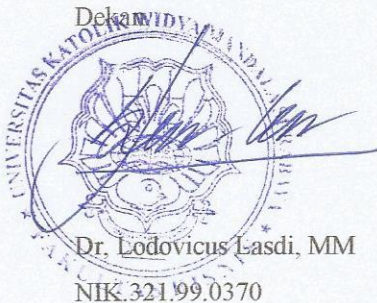
Skripsi yang ditulis oleh Novita Katarina NRP 3103013131 Telah diuji pada tanggal 3 Februari 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji

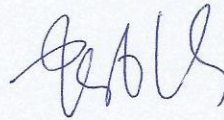


Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM.
NIK. 311.92.0183

Mengetahui:

Dekan

Dr. Lodovicus Lasdi, MM
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si
NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH 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 : Novita Katarina

NRP : 3103013131

Judul Skripsi : Pengaruh *Information Quality* Dan *Perceived Security* Terhadap *E-Customer Loyalty* Melalui *E-Customer Trust* Pada Konsumen Zalora

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, 24 Januari 2017

Yang menyatakan,



Novita Katarina

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas anugerah, kasih karunia, dan rahmatNya yang telah dilimpahkanNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Information Quality Dan Perceived Security* Terhadap *E-Customer Loyalty Melalui E-Customer Trust* Pada Konsumen Zalora.” 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, SE., MM 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. Ibu Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM. selaku dosen pembimbing I. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, bimbingan, kesabaran, pengertian serta masukan-masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM. 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 dan saudara atas dukungan, doa serta materi yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.
7. Keluarga penulis, terutama Tante Fransiska Linda yang telah banyak memberikan semangat dan dukungan kepada penulis selama kuliah hingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Winda Maria dan Cornelia Ceiny atas semangat dan dukungan selama penulis menyelesaikan skripsi.
9. dr. Juventius Anggoa yang telah meluangkan waktu, bantuan, semangat serta memberikan dukungan selama penulis menyelesaikan skripsi.
10. Teman-teman yang telah memberikan dukungan selama kuliah dan saat ini sehingga penulis dapat 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 memberkati kita semua.

Surabaya, 24 Januari 2017



Novita Katarina

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Tinjauan Pustaka	11
2.3 Kerangka Penelitian.....	20
2.4 Hipotesis	21
BAB 3 METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian	22
3.2 Identifikasi Variabel	22

3.3	Definisi Variabel Operasional	22
3.4	Pengukuran Variabel	24
3.5	Jenis dan Sumber Data	25
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data	26
3.7	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.8	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	28
3.9	Teknik Analisis Data	29
BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Karakteristik Responden	33
4.2	Statistik Deskriptif Variabel	35
4.3	Uji Asumsi SEM	39
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
4.5	Persamaan Struktural	42
4.6	Uji Kecocokan Keseluruhan Model	44
4.7	Uji Hipotesis.....	45
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian.....	47
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN		53
5.1	Simpulan.....	53
5.2	Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA		56
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu Dan Penelitian Sekarang	10
3.1 Tabel <i>Goodness-of-Fit Indices</i>	32
4.1 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
4.2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.3 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	34
4.4 Tabel Kelompok Interval Penilaian	35
4.5 Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Information Quality</i>	36
4.6 Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Security</i>	37
4.7 Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>E-Customer Trust</i>	37
4.8 Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>E-Customer Loyalty</i>	38
4.9 Tabel Hasil Uji Normalitas Univariat	39
4.10 Tabel Hasil Uji Normalitas Multivariat	40
4.11 Tabel Hasil Uji Validitas	41
4.12 Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....	42
4.13 Tabel Hasil <i>Direct Effect</i> dan <i>Indirect Effect</i>	43
4.14 Tabel Hasil Uji Kecocokan Seluruh Model	44
4.15 Hail Pengujian Hipotesis	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Penelitian.....	20
4.1 <i>Path Diagram T-Value</i>	46

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Tabulasi Data Kuesioner
3. Hasil Uji SPSS Statistik Deskriptif Variabel
4. Hasil Uji Normalitas LISREL
5. Hasil Uji Output LISREL SEM
6. Hasil Uji Data Screening LISREL
7. Hasil Uji SPSS Karakteristik Responden

ABSTRAK

E-commerce berkembang semakin pesat setelah jaringan internet mulai digunakan untuk kegiatan bisnis. Besarnya keunggulan *e-commerce* dibandingkan dengan transaksi konvensional membuat *e-commerce* menjadi sebuah gaya hidup baru. Tren belanja secara *online* mulai diminati karena proses keputusan belanja *online* dinilai tidak serumit dengan proses keputusan belanja secara *offline*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *information quality*, *perceived security*, dan *e-customer trust* terhadap *e-customer loyalty*.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* yang berarti dalam teknik ini pemilihan unit sampling dilakukan dengan mempertimbangkan syarat-syarat yang telah ditetapkan sebelumnya. Jenis metode yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu metode teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan pertimbangan tertentu. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 102 responden adalah konsumen Zalora di Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah *structural equation modeling*.

Hasil uji hipotesis dalam penelitian menunjukkan bahwa H1: *Information Quality* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Customer trust* pada konsumen Zalora, H2: *Perceived Security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Customer Trust* pada konsumen Zalora, H3: *E-Customer Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Customer Loyalty* pada konsumen Zalora, H4: *Information Quality* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Customer Loyalty* melalui *E-Customer Trust* pada konsumen Zalora. H5: *Perceived Security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Customer Loyalty* melalui *E-Customer Trust* pada konsumen Zalora.

Kata kunci : *Information Quality, Perceived Security, E-Customer Trust, E-Customer Loyalty*

ABSTRACT

Lately, growth of e-commerce was so fast after internet connection became one of tools on business trade. E-commerce was considered have much excellence than old style convention trade. Online shopping trends considered as better way to shop because the process was easy than offline style shop. This research is conducted to measure the influence of information quality, perceived security, and e-customer trust towards e-customer loyalty.

This research using non probability sampling as method for collect data from questionnaire. Purposive sampling method is employed in this research, which means sampling unit selection is done in correspondance with preconditions stated before. The sample were 102 consumer of Zalora in Surabaya. Structural equation modeling used in this research as data analysis tools.

The results of this research shows that H1: Information Quality isn't proved to influence E-Customer trust on Zalora, H2: Perceived Security is proved to influence E-Customer Trust on Zalora, H3: E-Customer Trust is proved to influence E-Customer Loyalty on Zalora, H4: E-Customer Trust isn't proved as mediation for Information Quality to influence E-Customer Loyalty on Zalora, H5: E-Customer Trust is proved as mediation for Perceived Security to influence E-Customer Loyalty on Zalora.

Keywords: Information Quality , Perceived Security , E- Customer Trust, E-Customer Loyal

