

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *WEBSITE QUALITY*, DAN
PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP *REPURCHASE
INTENTION* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA PELANGGAN COTTON INK DI SURABAYA**



OLEH:
BIRGITA NANDA WARDHANI
3103015090

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *WEBSITE QUALITY*, DAN
PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP *REPURCHASE
INTENTION* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA PELANGGAN COTTON INK DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

BIRGITA NANDA WARDHANI

3103015090

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *WEBSITE QUALITY*, DAN
PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP *REPURCHASE*
INTENTION MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA PELANGGAN COTTON INK DI SURABAYA**

OLEH:
BIRGITA NANDA WARDHANI
3103015090

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



(Maria Mia Kristanti, S.E., M.M.)

NIK: 311.98.0359

Tanggal: 18 Januari 2019

Pembimbing II,



(Robertus Sigit H. L., S.E.,
M.Sc.)

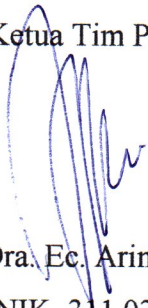
NIK: 311.11.0678

Tanggal: 21 Januari 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah ditulis oleh Birgita Nanda Wardhani dengan NRP 3103015090 telah di uji pada tanggal 26 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:

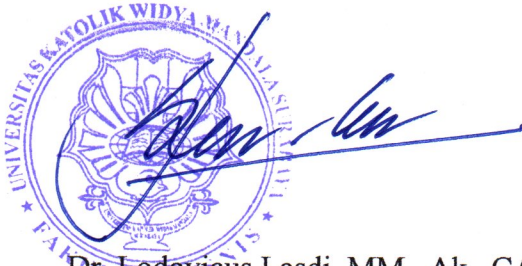


Dra. Ec. Arini, MM.

NIK. 311.03.0550

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI

NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H. L., SE., M. Sc

NIK. 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Birgita Nanda Wardhani

NRP : 3103015090

Judul Skripsi : Pengaruh *Product Quality*, *Website Quality*, dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada Cotton Ink di Surabaya.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (digital library Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 17 Januari 2019
Yang menyatakan,



(Birgita Nanda Wardhani)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus, atas rahmat dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Product Quality*, *Website Quality*, dan *Perceived Ease of Use* Terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* Pada Pelanggan Cotton Ink di Surabaya”. Tugas akhir bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, Dekan Fakultas Bisnis – Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, S.E., M.Sc. Ketua Jurusan Manajemen – Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Maria Mia Kristanti, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing 1 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, S.E., M.Sc. sebagai dosen pembimbing 2 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing, dan mengarahkan penulis sejak awal penulisan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
5. Seluruh Dosen Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh studi.
6. Orang tua penulis Bapak Petrus Sumardiyanto dan Ibu Melania Endang Jaenanti yang telah memberikan kasih sayang, semangat, dukungan dan selalu mendoakan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
7. Adik kandung Bernardus Vedonanda Wardhana yang mendukung dan memberi semangat sehingga dapat menyelesaikan studi.

8. Sahabat-sahabat Outlier's, Donny Lestiawan, Felix Hari, Kevin Wijaya, Andi Putra, Albertinus Wicaksana, Gabriel Andrian, dan Andrew Enggano yang selalu mendukung, menyemangati selama perkuliahan hingga penulisan tugas akhir.
9. Sahabat-sahabat, Teresa Olivia, Katarina Cintya, Samantha Adysya, Regina Juan, Mellania H. yang selalu mendukung dan memberi semangat.
10. Sahabat 6.30 Squad, Vania Inda, Hokky Gunawan, Ajeng Pratiwi, Daniel Prayogi yang selalu mendukung dan menyemangati selama perkuliahan, pekerjaan hingga penulisan tugas akhir.
11. KESUMA Angkatan 15 Tony, Aldo, Priscilla, Valeryan, Funki, Yenny, Hansen yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
12. Sahabat BiKo Club, Ce Amel, Jakyssen, Yulianna, Vivi, Melan, Teddy, dan Gerry, yang memberikan semangat dan dukungan.
13. Keluarga Besar Sekolah Pascasarjana yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
14. KESUMA Angkatan 13, 14, dan 16 yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
15. Teman-teman Misdinar dan REKAT Gereja Santo Marinus Yohanes Surabaya, yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
16. Teman-teman Enlighten Team, yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
17. Pihak-pihak yang berkepentingan yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 12 Januari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
 BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
 BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 <i>Technology Adoption Models</i>	8
2.1.2 <i>Product Quality</i>	10
2.1.3 <i>Website Quality</i>	11
2.1.4 <i>Perceived Ease of Use</i>	11
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i>	12
2.1.6 <i>Repurchase Intention</i>	14
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Pengembangan Hipotesis	17
2.3.1 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	17
2.3.2 Pengaruh <i>Website Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.3.3 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	19

2.3.4 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	19
2.3.5 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.3.6 Pengaruh <i>Website Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.3.7 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.4a Model Penelitian	22
2.4b Hipotesis	23
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	24
3.2 Identifikasi Variabel, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel	24
3.2.1 Identifikasi.....	24
3.2.2 Definisi Operasional.....	25
3.2.3 Pengukuran Variabel.....	28
3.3 Jenis Data dan Sumber Data	29
3.4 Metode Pengumpulan Data	29
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	29
3.5.1 Populasi.....	29
3.5.2 Sampel.....	30
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.6 Analisis Data	31
3.6.1 Deskripsi Data.....	31
3.6.2 Uji Normalitas.....	31
3.6.3 Uji Validitas	32
3.6.4 Uji Reliabilitas	32
3.6.5 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i>	33
3.6.6 Uji Hipotesis	37
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.2 Deskripsi Data.....	38

4.2.1 Melakukan Pembelian melalui <i>Website</i> Cotton Ink dalam waktu 1 tahun terakhir	38
4.2.2 Minimal 3 kali Membeli melalui <i>Website</i> Cotton Ink.....	39
4.2.3 Berdomisili di Surabaya	39
4.2.4 Berusia Minimal 17 Tahun.....	40
4.2.5 Jenis Kelamin	40
4.2.6 Profesi Responden.....	41
4.2.7 Pengeluaran Selama 1 Bulan.....	41
4.2.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>	42
4.2.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Website Quality</i>	43
4.2.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	44
4.2.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	45
4.2.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i>	46
4.3 Hasil Analisis Data.....	47
4.3.1 Uji Normalitas.....	47
4.3.2 Uji Validitas	48
4.3.3 Uji Reliabilitas	50
4.3.4 Uji Kecocokan Seluruh Model.....	54
4.3.5 Uji Kecocokan Model Struktural	54
4.3.6 Uji Hipotesis	55
4.4 Pembahasan.....	57
4.4.1 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	57
4.4.2 Pengaruh <i>Website Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	57
4.4.3 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	58
4.4.4 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	59
4.4.5 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	60
4.4.6 Pengaruh <i>Website Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	60
4.4.7 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	60

BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1 Simpulan	62
5.2 Keterbatasan.....	63
5.3 Saran.....	63
5.3.1 Saran Akademis	63
5.3.2 Saran Praktis	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian saat ini	16
3.1 Skala Penilaian Untuk Pernyataan Positif.....	29
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Pembelian.....	38
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	39
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	39
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	41
4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Satu Bulan.....	41
4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>	42
4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Website Quality</i>	43
4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	44
4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	45
4.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i>	46
4.13 Hasil <i>Univariate Normality</i>	47
4.14 Hasil <i>Multivariate Normality</i>	48
4.15 Hasil Uji Validitas.....	48
4.16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Product Quality</i>	50
4.17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Website Quality</i>	51
4.18 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	51
4.19 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	52
4.20 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Repurchase Intention</i>	53
4.21 Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	54
4.22 Hasil Uji Hipotesis	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Info Grafik Pola Perilaku Belanja Bergeser ke Online	2
Gambar 2.1 Technology Acceptence Model (TAM)	9
Gambar 2.2 Model Penelitian	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Karakteristik Responden
Lampiran 3	Data Isian Responden
Lampiran 4	Uji Normalitas
Lampiran 5	Output <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)
Lampiran 6	Path Diagram

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari *product quality*, *website quality*, dan *perceived ease use* terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* pada pelanggan Cotton Ink di Surabaya.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal dan teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner dan sampel yang digunakan sebanyak 180 responden. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Cotton Ink di Surabaya yang melakukan pembelian dalam 1 tahun terakhir. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM dengan program LISREL.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *product quality* tidak memiliki pengaruh terhadap *customer satisfaction*, *website quality* memiliki pengaruh terhadap *customer satisfaction*, *perceived ease of use* memiliki pengaruh terhadap *customer satisfaction*, *product quality* tidak memiliki pengaruh terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction*, *website quality* memiliki pengaruh terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* dan *perceived ease of use* memiliki pengaruh terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* pada pelanggan Cotton Ink di Surabaya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, saran yang diajukan adalah dengan mengedepankan aspek *product quality* untuk membuat konsumen puas dan berniat untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk fashion yang dijual.

Kata Kunci: *Product Quality, Website Quality, Perceived Ease of Use, Customer Satisfaction, Repurchase Intention*

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, QUALITY WEBSITE, AND PERCEIVED OF USE ON REPURCHASE INTENTION THROUGH CUSTOMER SATISFACTION IN COTTON INK CUSTOMERS IN SURABAYA

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of product quality, website quality, and perceived ease of use on repurchase intention through customer satisfaction on Cotton Ink customers in Surabaya.

This research is a causal study and the sampling technique uses non probability sampling by means of purposive sampling. Data was collected by distributing questionnaires and the sample used was 180 respondents. The sample in this study was Cotton Ink customers in Surabaya who made purchases in the past 1 year. The analysis technique used is SEM with the LISREL program.

The results of this study indicate that product quality has no effect on customer satisfaction, website quality has an influence on customer satisfaction, perceived ease of use has an influence on customer satisfaction, product quality has no effect on repurchase intention through customer satisfaction, website quality has an influence on repurchase intention through customer satisfaction and perceived ease of use has an influence on repurchase intention through customer satisfaction on Cotton Ink customers in Surabaya.

Based on the research conducted, the suggestion put forward is to prioritize the aspects of product quality to make consumers satisfied and intend to repurchase the fashion products sold.

Keywords: Product Quality, Website Quality, Perceived Ease of Use, Customer Satisfaction, Repurchase Intention