Pengaruh Persepsi Kegunaan, *E-Service Quality*, dan *E-Loyalty Program* Terhadap Minat Menggunakan Ulang *Website* Gramedia *Online*

OLEH:

TRIBOWO WILLIAM TIORONTO

3103008257

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2011

Pengaruh Persepsi Kegunaan, *E-Service Quality*, dan *E-Loyalty Program* Terhadap Minat Menggunakan Ulang *Website* Gramedia *Online*

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagaian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Jurusan Manajemen

OLEH

TRIBOWO WILLIAM TIORONTO

3103008257

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2011

SKRIPSI

Pengaruh Persepsi Kegunaan, *E-Service Quality,* dan *E-Loyalty Program* Terhadap Minat Menggunakan Ulang *Website* Gramedia *Online*

Oleh:

TRIBOWO WILLIAM TIORONTO

3103008257

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Pada Ujian Tugas Akhir

Pembimbing I,

Elisabeth.S, SE., M.Si
Tanggal: 18 January 2012

Pembimbing II

Dra. Ec. Ani Suhartatik, MM
Tanggal: 18 January 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Tribowo William Tioronto NRP 3103008257
Telah disetujui pada tanggal 6 Maret 2012 dan dinyatakan LULUS

Ketua Tim Penguji

Lena Ellitan, Ph.D
NIK. 311.95.0227

Mengetahui:

Dekan

Dr. Christina Whidya Utami, MM.
NIK. 311.92.0185

Ketua Jurusan,

Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM
NIK. 311.89.0152

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : TRIBOWO WILLIAM TIORONTO

NRP : 3103008257

Judul Makalah : Pengaruh Persepsi Kegunaan, *E-Service Quality*, dan *E-Loyalty Program* Terhadap Minat Menggunakan Ulang *Website* Gramedia *Online*

Menyatakan bahwa tugas akhir 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.

Surabaya, 19 Januari 2012

Yang menyatakan

(TRIBOWO WILLIAM TIORONTO)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus, karena rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul "Pengaruh Persepsi Kegunaan, *E-Service Quality*, dan *E-Loyalty Program* Terhadap Minat Menggunakan Ulang *Website* Gramedia *Online*". Ini 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 tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga antara lain untuk:

1. Tuhan Yesus atas pertolongan dan berkat anugerah-Nya dalam penulisan tugas akhir ini;
2. Segenap keluarga penulis atas dukungan doa serta kasih sayangnya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini;
3. Ibu Elisabeth.S, SE., M.Si, selaku dosen pembimbing 1 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini;
4. Ibu Dra. Ec. Ani Suhartatik, MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini;
5. Semua Bapak/Ibu dosen yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini;

6. Teman-teman dan pacar saya yang telah memberikan dukungan selama kuliah sampai saat ini dan telah menjadi teman terbaik, serta teman-teman yang telah membantu dalam penulisan tugas akhir ini;
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan secara terperinci namun memiliki andil besar dalam penyusunan tugas akhir ini;

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Namun demikian, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

DAFTAR II

Halaman

HALAMAN JUDUL……. i

HALAMAN PERSETUJUAN……. ii

HALAMAN PENGESAHAN……. iii

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN……. iv

KATA PENGANTAR……. v

DAFTAR ISI……. vi

DAFTAR TABEL……. x

DAFTAR GAMBAR……. xi

DAFTAR LAMPIRAN……. xii

ABSTRAK……. xiii

BAB 1. PENDAHULUAN……. 1

1.1. Latar Belakang Masalah……. 1

1.2. Rumusan Masalah……. 7

1.3. Tujuan Penelitian……. 8

1.4. Manfaat Peneltian……. 9

1.5. Sistematika Skripsi……. 9

BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN……. 11

2.1. Penelitian Terdahulu……. 11

2.2. Landasan Teori……. 12

2.2.1. Persepsi Kegunaan……. 12

2.2.2. *E-Service Quality*……. 16

2.2.3. *E-Loyalty Program*……. 21

2.3. Hubungan Antar Variabel……. 25

2.4. Model Analisis……. 29

2.5. Hipotesis……. 29

BAB 3. METODE PENELITIAN……..…….. 30
3.1. Jenis Penelitian…….……...…… 30
3.2. Identifikasi Variabel……...……...…. 30
3.3. Definisi Operasional…….…….....…... 30
3.4. Jenis Data dan Sumber Data……...…... 32
3.5. Metode Pengumpulan Data…….…… 33
3.6. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel... 33
3.7. Teknik Analisis Data..... 34
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN……...…….. 38
4.1. Karateristik Responden……...…….…….. 38
4.1.1. Berdasarkan Jenis Kelamin……...…… 38
4.1.2. Berdasarkan Usia…….…. 38
4.1.3. Berdasarkan Tingkat Pendidikan…….…. 39
4.1.4. Berdasarkan Tingkat Pengeluaran……..…… 40
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas…….…..…….. 41
4.2.1. Uji Validitas…….....…… 41
4.2.2. Uji Relibilitas……...…….... 43
4.3. Analisis Data.....……...……...…. 43
4.3.1. Regresi Linier Berganda.…….....…… 45
4.3.2. Koefisien Korelasi.....……..... 45
4.3.3. Pengujian Hipotesis secara Parsial.....…… 46
4.3.4. Pengujian Hipotesis secara Simultan.....…… 46
4.3.5. Moderator Persepsi Kegunaan Bagi Hubungan Antara Persepsi *E-Service Quality* Terhadap Minat Menggunakan Ulang *Website* Gramedia *Online*..... 47

4.3.6. Moderator Persepsi Kegunaan Bagi Hubungan Antara Persepsi *E-Loyalty Program* Terhadap Minat Menggunakan Ulang *Website* Gramedia *Online*..... 47

4.4. Pembahasan.....……...……... 48

BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN...……...…….. 52

5.1. Simpulan…….……..……...… 52

5.2. Saran…….……..…….. 53

DAFTAR KEPUSTAKAAN……... 55

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1. Persamaan Dan Perbedaan Penelitian..... 12

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin... 38

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia……..……. 39

Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....……..…… 39

Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Tiap Bulan..... 40

Tabel 4.5. Uji Validitas Variabel Persepsi Kegunaan.....… 41

Tabel 4.6. Uji Validitas Variabel Persepsi *E-Service Quality*.....… 41

Tabel 4.7. Uji Validitas Variabel Persepsi *E-Loyalty Program*...… 42

Tabel 4.8. Uji Validitas Variabel Minat Menggunakan Ulang *Website* Gramedia *Online*.....… 42

Tabel 4.9. Uji Reliabilitas.....… 43

Tabel 4.10. Hubungan Antara Persepsi Kegunaan, Persepsi *E-Service Quality*, Dan *E-Loyalty Program* Terhadap Minat Menggunakan Ulang *Website* Gramedia *Online*..... 44

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Model Penelitian.....…….…….. 29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner
Lampiran 2. Hasil Kuesioner
Lampiran 3. Karakteristik Responden
Lampiran 4. Uji Validitas
Lampiran 5. Uji Reliabilitas
Lampiran 6. Analisis Regresi Berganda
Lampiran 7. Analisis Regresi Dengan Moderator

ABSTRAK

Persepsi kegunaan merupakan suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa pengguna suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut, sehingga saat konsumen menganggap suatu teknologi atau sistem tertentu sangat berguna untuk mempermudah dalam melakukan kegiatan keseharian mereka. Persepsi *e-service quality* merupakan penilaian dari konsumen mengenai sejauh mana sebuah *website* memfasilitasi belanja yang efisien dan efektif dalam hal pembelian, dan pengiriman. *E-loyalty program* merupakan proses membuat konsumen merasa disukai, diperkaya, pintar dan dihormati oleh perusahaan yang dapat berbeda dalam waktu yang dibutuhkan untuk membangun hubungan dan intensitas hubungan antara konsumen dengan peritel *online.* Penelitian ini bertujuan untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh persepsi kegunaan, *e-service quality*, dan *e-loyalty program* terhadap minat menggunakan ulang *website* Gramedia *online*.

Pada penelitian ini yang dipakai adalah penelitian konklusif pada studi *causal research*. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *non probability sampling*. Jenis metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel yang digunakan berjumlah 150 orang konsumen *website* Gramedia *online*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, *e-service quality,* dan *e-loyalty program* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat menggunakan ulang *website* Gramedia *online*. Selain itu juga dalam penelitian ini ditemukan bahwa persepsi kegunaan dapat menjadi moderator bagi hubungan antara *e-service quality,* dan *e-loyalty* terhadap minat menggunakan ulang *website* Gramedia *online*.

Kata Kunci: Minat Menggunakan Ulang; Persepsi Kegunaan*; E-Service Quality*; ***E-Loyalty Program*

The Influence of Perceived Usefulness, E-service Quality, and E-loyalty Programs towards Interest on Website Gramedia Online Continuance

Abstract

Perceived usefulness is a level which a person believes that users of a particular system will be able to improve the person's work. The perception of e-service quality is assessment of the consumer regarding the extent to which a website to facilitate the efficient and effective expenditures in terms of purchase, and shipping. E-loyalty program is the process of making the consumer has feel liked, enriched, smart by their companies and it takes to build relationships and the intensity of the relationship between consumers with online retailers. This research aims to research more about the influence of perceived usefulness, e-service quality, and e-loyalty programs of interest to use the website Gramedia online.

This research is used in the study of conclusive causal research. The techniques to take sampling used is non-probability sampling. This type of method used is the purposive sampling. The sample used was 150 consumer websites Gramedia online. The Data were collected by questionnaire. The data were analysed using multiple linear regression analysis. The analysis' result shew that the perceived usefulness, e-service quality, and e-loyalty program had significant in using the website Gramedia online. In this study, it was found that the perceived usefulness can not be a moderator for the relationship between e-service quality, and e-loyalty towards interest using the website Gramedia online.

Keywords: Interest To Use; Perceived usefulness*;* E-Service Quality; E-Loyalty Program.