

**PENGARUH KUALITAS SISTEM, KUALITAS LAYANAN,
DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP NIAT BELANJA
KEMBALI MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA
APLIKASI LAZADA DI SURABAYA**



OLEH:

**MARCELLINO BUDIILARTO
3103014090**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018**

HALAMAN JUDUL

PENGARUH KUALITAS SISTEM, KUALITAS LAYANAN, DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP NIAT BELANJA KEMBALI MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA APLIKASI LAZADA DI SURABAYA

SKRIPSI

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

Oleh:
MARCELLINO BUDILARTO
3103014090

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

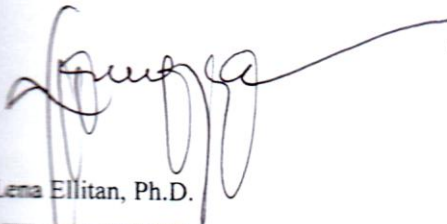
PENGARUH KUALITAS SISTEM, KUALITAS LAYANAN, DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP NIAT BELANJA KEMBALI MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA APLIKASI LAZADA DI SURABAYA

Oleh:

MARCELLINO BUDILARTO
3103014090

Telah Disetujui dan Diterima dengan baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Lena Ellitan, Ph.D.

NIK. 311.95.0227

Tanggal: 25-6-2018

Pembimbing II,



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM.

NIK. 311.89.0152

Tanggal: 27-6-2018

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Fakultas
Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan
di bawah ini:

Nama : Marcellino Budilarto

NRP : 3103014090

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Layanan, Kualitas
Informasi terhadap Niat Belanja Kembali melalui
Kepercayaan konsumen pada aplikasi Lazada di
Surabaya.

Menyatakan tugas akhir skripsi ini merupakan karya tulis sendiri.
Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima
sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas
Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui bahwa karya tulis ini
dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library
perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk
kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

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

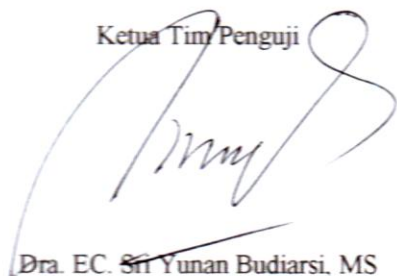
Surabaya, 20 Desember 2017



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Marcellino Budilarto NRP 3103014090 Telah diuji pada tanggal 18 Juli 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dra. EC. Sri Yunan Budiarsi, MS

NIK. 311.83.0099

Mengetahui:

Dekan



Dr. Ludwicus Casdi, MM

NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



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

NIK. 311.11.0678

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, oleh karena rahmat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Layanan, Kualitas Informasi terhadap Niat Belanja Kembali melalui Kepercayaan konsumen pada aplikasi Lazada di Surabaya”. 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. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Lena Ellitan, Ph.D. selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dengan baik, sabar, dan rela meluangkan waktunya untuk membimbing saya dari proses awal hingga akhir dalam pembuatan skripsi saya.
4. Bapak Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing dan memberi masukan dalam proses skripsi saya dari awal hingga akhir.

.

5. Ibu Dr. Diyah Tulipa, SE., MM selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis selama menempuh kuliah dari semester satu hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
6. Semua Bapak/Ibu dosen Fakultas Bisnis yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
7. Orang tua dan keluarga besar atas dukungan doa dan moral serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.
8. Teman-teman seperjuangan LichtZ (Yosua, Andrian, Harjo, Melvin, Erwin, Stephen, Roky, Allen, Danny, Ryan. G), terimakasih atas dukungan dan waktu yang kalian berikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
9. Teman-teman Njemblung (Fandik, Michael, Robert, Bobby Samuel) terimakasih telah memberikan memberikan dukungan kepada penulis.

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. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi kepentingan masyarakat luas dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada khususnya.

Surabaya, 20 Desember 2017

Marcellino Budilarto

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	11
2.2.1. <i>E-Commerce</i>	11
2.2.1.1. Jenis-jenis <i>E-Commerce</i>	12
2.2.1.2. Manfaat <i>E-Commerce</i>	12

2.2.1.3. Proses Transaksi <i>E-Commerce</i>	14
2.2.2. <i>Information System succes model</i>	15
2.2.3. Kualitas Sistem.....	16
2.2.4. Kualitas Layanan.....	17
2.2.5. Kualitas Informasi.....	20
2.2.6. Kepercayaan.....	20
2.2.7. Niat Belanja Kembali.....	22
2.3. Pengaruh Antar Variabel.....	26
2.3.1. Pengaruh Kualitas Sistem terhadap Niat Belanja Kembali.....	26
2.3.2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Niat Belanja Kembali.....	26
2.3.3. Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Niat Belanja Kembali.....	27
2.3.4. Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Belanja Kembali.....	27
2.4. Model Penelitian.....	29
2.5. Hipotesis Penelitian.....	29
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	31
3.1. Desain Penelitian.....	31
3.2. Identifikasi Variabel.....	31
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	32
3.3.1. Kualitas Sistem.....	32
3.3.2. Kualitas Layanan.....	33
3.3.3. Kualitas Informasi.....	33

3.3.4. Kepercayaan.....	34
3.3.5. Niat Belanja Kembali.....	34
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	35
3.4.1. Jenis Data.....	35
3.4.2. Sumber Data.....	35
3.5. Pengukuran Variabel.....	35
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	36
3.6.1 Alat.....	36
3.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.7.1. Populasi.....	36
3.7.2. Sampel.....	37
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.8. Teknik Analisis Data.....	38
3.8.1. Uji Normalitas Data.....	38
3.8.2. Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	39
3.8.3. Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	40
3.8.4. Uji Kecocokan Model Struktural.....	42
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Sampel Penelitian.....	43
4.2 Karakteristik Responden.....	44
4.2.1 Usia.....	44
4.2.2 Jenis Kelamin.....	45
4.2.3 Domisili.....	45
4.2.4 Pendidikan.....	46

4.2.5	Pendapatan.....	46
4.2.6	Pekerjaan.....	47
4.3	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	48
4.3.1	Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Sistem.....	49
4.3.2	Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Layanan.....	51
4.3.3	Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Informasi.....	52
4.3.4	Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan.....	53
4.3.5	Statistik Deskriptif Variabel Niat Belanja Kembali.....	54
4.4	Analisis Data.....	55
4.4.1	Uji Normalitas Data.....	56
4.4.2	Uji Kecocokan Model.....	57
4.4.3	Uji Validitas.....	59
4.4.4	Uji Reliabilitas.....	60
4.5	Persamaan Struktural.....	61
4.6	Pengujian Hipotesis.....	62
4.7	Pembahasan.....	63
4.7.1	Pengaruh Kualitas Sistem terhadap Kepercayaan pada Aplikasi Lazada.....	63
4.7.2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan pada Aplikasi Lazada.....	64
4.7.3	Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepercayaan pada Aplikasi Lazada.....	65
4.7.4	Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Belanja Kembali pada Aplikasi Lazada.....	66

BAB 5 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	68
5.1 Simpulan.....	68
5.2 Saran.....	70
5.2.1 Saran Praktis.....	70
5.2.2 Saran Akademis.....	70
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 4.1 Pembagian Kuesioner.....	43
Tabel 4.2 Usia.....	44
Tabel 4.3 Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.4 Pendidikan.....	46
Tabel 4.5 Pendapatan.....	47
Tabel 4.6 Pekerjaan.....	48
Tabel 4.7 Interval Rata-Rata Skor.....	49
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Sistem.....	50
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Layanan.....	51
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Informasi.....	52
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan.....	53
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Niat Belanja Kembali.....	54
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	56
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	57
Tabel 4.15 Uji Kecocokan Model.....	58
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.18 Persamaan Struktural.....	61
Tabel 4.19 Pengujian Hipotesis.....	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data <i>E-Commerce</i>	2
Gambar 4.1 <i>Path Diagram (T-Value)</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Responden
- Lampiran 3. Identitas Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Output *Lisrel*
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Gambar *Path Diagram*

ABSTRAK

Kepercayaan dapat muncul disebabkan oleh banyak faktor beberapa faktornya antara lain kualitas sistem, kualitas layanan, dan kualitas informasi. Ketiga faktor tersebut berperan penting dalam bisnis *online* saat ini dimana masyarakat sekarang memiliki gaya hidup yang cepat sehingga mereka membutuhkan aplikasi *online shop* yang cepat dan mudah digunakan, disamping itu aplikasi tersebut juga harus dapat memberikan pelayanan yang optimal dan informasi yang akurat dan jelas. Dengan demikian faktor-faktor tersebut merupakan aspek penting yang harus diperhatikan oleh para peritel *online* karena dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap aplikasi tersebut secara langsung. Untuk membuat pelanggan memiliki niat untuk belanja kembali pada *online shop* tersebut, peritel *online* harus dapat membuat pelanggan percaya pada *online shop* tersebut, karena jika pelanggan telah percaya terhadap aplikasi tersebut maka akan menciptakan niat pelanggan untuk belanja kembali pada *online shop* tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Layanan, Kualitas Informasi terhadap Niat Belanja Kembali melalui Kepercayaan konsumen pada aplikasi Lazada di Surabaya. Sampel yang digunakan sebanyak 150 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis SEM dengan bantuan program LISREL 8.70. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas sistem, kualitas layanan, dan kualitas informasi memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan. Kemudian kepercayaan juga memiliki pengaruh yang positif terhadap niat belanja kembali.

Kata Kunci: Kualitas Sistem, Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, Kepercayaan, Niat Belanja Kembali

ABSTRACT

Trust can arise due to many factors such as system quality, service quality, and information quality. These three factors play an important role in today's online business where people now have a fast lifestyle so they need an online shop application that is fast and easy to use, in addition the application must also be able to provide optimal service and accurate and clear information. Thus these factors are important aspects that must be considered by the online retailers because it can affect consumer confidence in the application directly. To make the customer have an continued intention toward repurchase in the online shop, online retailers must be able to make customers believe in the online shop, because if the customer has believed in the application it will create the intention of customers to shop back at the online shop.

This study aims to examine the effect of Quality System, Quality of Service, Quality of Information on Repurchase Intention through Consumer Trust in application Lazada in Surabaya. The sample used is 150 respondents. This study uses SEM analysis technique with the help of LISREL 8.70 program. The results showed that system quality, service quality, and information quality had a positive influence on trust. Then trust also has a positive influence on the intention of shopping again.

Keywords: *System Quality, Service Quality, Information Quality, Trust, Continued Intention*