

**PENGARUH *E-S-QUAL* TERHADAP *LOYALITAS*
MELALUI *PERCEIVED VALUE* PADA *ONLINE*
SHOP FASHION DENGAN MEDIA
FACEBOOK DI SURABAYA**

Skripsi S-1



**OLEH :
NATASIA
3103007026**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2012**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *E-S-QUAL* TERHADAP *LOYALITAS*
MELALUI *PERCEIVED VALUE* PADA *ONLINE*
SHOP FASHION DENGAN MEDIA
FACEBOOK DI SURABAYA**

Oleh:

NATASIA

3103007026

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Arini, SE., MM

Dra. Ec. Ninuk Muljani, BA, MM

Tanggal:..... ..

Tanggal:..... ..

**PENGARUH *E-S-QUAL* TERHADAP *LOYALITAS*
MELALUI *PERCEIVED VALUE* PADA *ONLINE*
SHOP FASHION DENGAN MEDIA
FACEBOOK DI SURABAYA**

SKRIPSI

Ini diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk memenuhi sebagian persyaratan

memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH :

NATASIA

3103007026

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2012

LEMBAR PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Natasia

NRP : 3103007026

Judul : PENGARUH *E-S-QUAL* TERHADAP *LOYALITAS*
MELALUI *PERCEIVED VALUE* PADA *ONLINE*
SHOP FASHION DENGAN MEDIA *FACEBOOK* DI
SURABAYA

Untuk ditampilkan/dipublikasikan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

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

Surabaya, 2012
Yang menyatakan

Natasia

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Natasia (3103007026)

Telah diuji pada tanggal 12 Januari 2012 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji,

Dr. Chr. Whidya Utami, MM

Mengetahui

Dekan

Ketua Jurusan

Dr. Chr. Whidya Utami, MM

NIK. 311.92. 0185

Drs.Ec. Yulius Koesworo, MM

NIK 311.89.0152

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang sedalam-dalamnya penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan perlindunganNya yang selalu menyertai penulis dalam menyelesaikan tugas skripsi yang berjudul “Pengaruh *E-S-Qual* Terhadap *Loyalitas* Melalui *Perceived Value* Pada *Online Shop Fashion* Dengan Media *Facebook* Di Surabaya”. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada jenjang strata satu (S-1) di Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Di dalam penyusunan tugas skripsi ini penulis tidak terlepas atas bantuan dari berbagai pihak. Maka melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Christina Whidya Utami, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Drs. Yulius Runtu, M.Si., selaku Sekretaris Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Arini, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran perbaikan, masukan positif, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dra. Ec. Ninuk Muljani, BA. MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran perbaikan, masukan positif, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
7. Seluruh staf pengajar pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya atas segala bimbingan dan bantuan yang telah diberikan selama perkuliahan.
8. Kepada seluruh responden yang telah ikut berpartisipasi dan banyak membantu dalam proses perolehan informasi.
9. *Special thanks for my parents*, papa dan mama tercinta yang memberikan dukungan moril, semangat, doa, dan finansial kepada penulis selama ini.
10. *My sibling*, Edwin Tanujaya dan Christine Tanujaya kedua adik tercinta yang memberikan dukungan semangat dan doa kepada penulis selama ini.
11. *My dear*, Andre Surbakti yang memberikan dukungan dan semangat kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
12. *My special Friend*, Yunita, Ayu, Yvonne, Dessy, Melinda, Christine, Lidya, Fanny, Siska, Sri, Mumun, Erwin, Anton dan Edwin para sahabat tercinta yang telah memberikan banyak bantuan, dukungan, dan semangat selama penyusunan skripsi ini.
13. Teman-teman penulis dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan dukungan dan semangat selama penyusunan skripsi ini.

Kiranya segala kebaikan dan perhatian yang telah diberikan mendapat balasan dari Tuhan Yesus Kristus. Dengan segala keterbatasan yang dimiliki oleh penulis di dalam menyusun skripsi ini, penulis berharap agar kiranya pembaca sekalian dapat memakluminya. Namun harapan

terbesar bagi penulis adalah bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca sekalian.

Surabaya, Januari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAKS	x
ABSTRACT	xi
 BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan.....	6
 BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	10
2.2.1. <i>E-S-Qual</i>	10
2.2.2. <i>Perceived Value</i>	19
2.2.3. <i>Loyalitas (loyalty)</i>	21
2.2.4. Pengaruh Antar Variabel	23
2.3. Hipotesis	25
2.4. Model Analisis	26

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian	27
3.2. Identifikasi Variabel	27
3.3. Definisi Operasional Variabel	27
3.3.1. <i>E-S-Qual</i> (E).....	27
3.3.2. <i>Perceived Value</i> (PV).....	30
3.3.3. <i>Loyalitas</i> (L).....	30
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	31
3.4.1. Jenis Data	31
3.4.2. Sumber Data.....	32
3.5. Pengukuran variabel	32
3.6. Alat dan metode pengumpulan data.....	32
3.6.1. Alat Pengumpulan Data.....	32
3.6.2. Metode Pengumpulan Data	32
3.7. Populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel.....	33
3.7.1. Populasi	33
3.7.2. Sampel.....	33
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.8. Uji Kualitas Data	34
3.8.1. Uji Validitas	35
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	35
3.9. Teknik Analisis Data	36
3.9.1. Analisis Regresi Linier Sederhana	36
3.9.2. Analisis Regresi untuk Variabel <i>Intervening</i>	36
3.10. Pengujian Hipotesis.....	38
3.10.1. Uji Untuk H_1 dan H_2	38
3.10.2. Uji Untuk H_3	39

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden	40
4.2. Hasil Uji Kualitas Data.....	41
4.2.1. Uji Validitas	41
4.2.2. Uji Reliabilitas	42
4.3. Teknik Analisis Data	43
4.3.1. Analisis Regresi Linier Sederhana	43
4.3.2. Analisis Regresi Linier Variabel Intervening..	44
4.4. Pengujian Hipotesis	46
4.4.1. Hipotesis 1	46
4.4.2. Hipotesis 2	47
4.4.3. Hipotesis 3	47
4.5. Pembahasan	48

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	51
5.2. Saran	51

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Perbandingan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Akan Dilakukan	9
Tabel 4.1.	Klasifikasi Responden.....	40
Tabel 4.2.	Uji Validitas Variabel <i>E-S-Qual</i>	41
Tabel 4.3.	Uji Validitas Variabel <i>Perceived Value</i>	42
Tabel 4.4.	Uji Validitas Variabel <i>Loyalitas</i>	44
Tabel 4.5.	Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.6.	Analisis Regresi Linier Sederhana Variabel <i>E-S-Qual</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	44
Tabel 4.7.	Analisis Regresi Linier Sederhana Variable <i>Perceived Value</i> terhadap Loyalitas.....	44
Tabel 4.8.	Analisis Regresi Linier Sederhana Variabel <i>E-S-Qual</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	45
Tabel 4.9.	Analisis Regresi Linier Berganda Variabel Intervening	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	26
Gambar 3.1. Model Variabel Intervening	37
Gambar 4.1. Model Variabel Intervening	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner
Lampiran 2a.	Jawaban Responden
Lampiran 2b.	Jawaban Kuesioner
Lampiran 3.	Frekuensi Jawaban
Lampiran 4.	Uji Validitas
Lampiran 5.	Uji Reliabilitas
Lampiran 6.	Hasil Analisis Regresi Sederhana dan Intervening

PENGARUH *E-S-QUAL* TERHADAP *LOYALITAS* MELALUI *PERCEIVED VALUE* PADA *ONLINE SHOP FASHION* DENGAN MEDIA *FACEBOOK* DI SURABAYA

ABSTRAK

Perkembangan *online marketing* di Indonesia kini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat, dipicu dengan semakin terjangkau biaya untuk akses internet di Indonesia dan berbagai macam kemudahan untuk mencari informasi di internet. Dalam perkembangannya, para pengguna internet mengakses *Facebook* lebih awal sebelum menggunakan fitur internet lainnya. *Facebook* merupakan situs web yang paling banyak diakses oleh pengguna di Indonesia. Hal ini menjadi pemicu banyaknya perusahaan maupun perorangan menawarkan produknya di *Facebook* dan penjualan *online* melalui internet semakin bertambah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *E-S-Qual* Terhadap *Loyalitas* Melalui *Perceived Value* Pada *Online Shop Fashion* Dengan Media *Facebook* Di Surabaya.

Responden dalam penelitian ini adalah kyang pernah membeli produk fashion secara *online* melalui *facebook* dalam jangka waktu enam bulan terakhir, berdomisili di Surabaya dan berjenis kelamin wanita. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik *non probability sampling* yaitu memilih responden yang terseleksi oleh peneliti berdasarkan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier sederhana dan intervening. Sedangkan uji hipotesis menggunakan uji F dan t.

Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai yang signifikan didapat bahwa *E-S-Qual* berpengaruh terhadap *Loyalitas*, *Perceived value* berpengaruh terhadap *loyalitas*, ada Pengaruh *E-S-Qual* terhadap *Loyalitas* melalui *Perceived Value*.

Kata kunci : *E-S-Qual*, *Perceived Value* dan *Loyalitas*

E-S-QUAL EFFECT OF LOYALTY THROUGH THE ONLINE SHOP PERCEIVED VALUE FASHION WITH THE MEDIA FACEBOOK IN SURABAYA

ABSTRACT

The development of online marketing in Indonesia now has progressed very rapidly, fueled by increasingly affordable cost for Internet access in Indonesia and various convenience to find information on the internet. During its development, Internet users to access facebook early before using other Internet features. Facebook is the most accessed by internet user in Indonesia. This triggered many company or individual offer their product on facebook and online sales through internet is increasing. This study aims to determine the influence of ES-Qual Against Loyalty through Perceived Value In Fashion Online Shop With Media Facebook In Surabaya.

Respondents in this study is the people which have buy fashion products online through facebook within a period of six months, based in Surabaya and female. The sampling technique in this study is a non probability sampling using purposive sampling method. Purposive sampling is a non-probability sampling technique of selecting respondents who are selected by the researcher based on the characteristics or attributes previously known population. Analysis techniques using simple linear regression analysis and intervening. While hypothesis test using the F test and t.

Based on calculations derived from the significant value that the ES-Qual effect on loyalty, affect the perceived value of loyalty, there E-S-Qual Influence Loyalty through of Perceived Value.

Key words: E-S-Qual, Perceived Value and Loyalty