

PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS *E-SERVICE* PADA MINAT BELI BELANJA *ONLINE* MELALUI KEPUASAN DI TRAVELOKA

THE EFFECT OF CUSTOMER PERCEPTIONS OF E-SERVICE QUALITY IN ONLINE SHOPPING PURCHASE INTENTION THROUGH SATISFACTION AT TRAVELOKA

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:
RASHEL FARIZI
20130410078

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2017

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Rashel Farizi

Nomer Mahasiswa : 20130410078

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS *E-SERVICE* PADA MINAT BELI BELANJA ONLINE MELALUI KEPUASAN DI TRAVELOKA”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dalam skripsi ini diketahui terdapat karya ataupun pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta 29 April 2017

Materai, 6.000

Rashel Farizi

MOTTO

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah “

(HR.Turmudzi)

“Orang yang menuntut ilmu bearti menuntut rahmat ; orang yang menuntut ilmu bearti menjalankan rukun Islam dan Pahala yang diberikan kepada sama dengan para Nabi”.

(HR. Dailani dari Anas r.a)

Dari annas bin malik berkata : telah bersabda rasulullah SAW: barang siapa keluar rumah untuk menuntut ilmu maka ia dalam jihad fisabilah hingga kembali.

(HR.bukhari)

“Barang siapa menginginkan kebahagiaan didunia maka haruslah dengan ilmu, barang siapa yang menginginkan kebahagiaan di akhirat haruslah dengan ilmu, dan barang siapa yang menginginkan kebahagiaan pada keduanya maka haruslah dengan ilmu”

(HR. ibn Asakir)

"Tidaklah ada pemberian dari orang tua kepada anaknya yang lebih utama dari pada budi pekerti yang baik”.

(HR. Tirmidzi)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa Syukur dan Alhamdulillah yang setulus-tulusnya dan setinggi-tingginya kepada **Allah SWT**, dan menghaturkan Shalawat beserta Salam kepada **Nabi Muhammad SAW** beserta Keluarganya dan Para Sahabatnya. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Ayah dan Ibundaku Tercinta

(H. Burhanudin Harahap & Hj. Rosita)

Sebagai tanda bukti dan bakti saya terhadap keduanya (Papa & Mama), yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang terucap dari orang tua. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua, karena itu terimalah persembaha bakti dan cinta ku untuk kalian bapak ibuku.

Adikku Tersayang

(Cindy Fahira)

Yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, senyum dan do'anya untuk keberhasilan ini, cinta kalian adalah memberikan kobaran semangat yang menggebu, terimakasih dan sayang ku untuk kalian.

Keluarga Besar Tercinta

(Keluarga besar Bpk. H. Arshad & Keluarga besar Bpk. H. Sahuri)

Yang selalu mendukung saya baik lahir maupun batin.

King Bantul Crew

(Irvan, Fauzan, Alip, Dio, Ridho, Angga, Alfin, Bunga & Nurika)

tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian semua tak kan mungkin aku sampai disini, terimakasih untuk canda tawa, tangis, dan perjuangan yang kita lewati bersama dan terimakasih untuk kenangan manis yang telah mengukir selama ini. Dengan perjuangan dan kebersamaan kita pasti bisa! Semangat!!

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Penelitian.....	1
B.Rumusan Masalah Penelitian.....	5
C.Tujuan Penelitian	6
D.Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
A.Landasan Teori	8
1.Minat beli	8
2.Kepuasan Konsumen.....	9
3.Dimensi Kualitas e-service.....	10
4.Desain Website.....	12
5.Keandalan.....	13
6.Daya Tanggap	15
7.Kepercayaan.....	16
8.Personalisasi	17
B.Penelitian Terdahulu	18
C.Hipotesis	21
1.Pengaruh Desain Website Terhadap Kepuasan Konsumen	22
2.Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	22
3.Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Konsumen	23
4.Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	23
5.Pengaruh Personalisasi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	24
6.Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat beli Online	25
D.Model Penelitian.....	26

BAB III	28
Metode Penelitian	28
A.Objek / Subjek Peneletian	28
B.Jenis Data.....	28
C.Teknik Pengambilan Sampel	28
D.Teknik Pengumpulan Data	29
E.Definisi Operasional	30
F.Uji Kualitas Instrumen	33
1. Uji Validitas	33
2. Uji Reliabilitas	34
G.Analisis Data dan Uji Hipotesis	35
1.Analisa Data.....	35
2.Uji Hipotesis.....	36
BAB IV	40
A.Gambaran Umum Objek dan Subjek.....	40
1.Gambaran Umum Objek	40
2.Gambaran Umum Subjek.....	41
3.Karakteristik Responden	42
B. Uji Kualitas Instumen dan Data.....	44
1.Uji Validitas	45
2.Uji Reliabilitas	46
C.Uji Hipotesis	47
1.Regresi Linier Berganda.....	47
2.Uji F	49
3.Uji t.....	49
4.Regresi Linier Sederhana	52
5. Uji t.....	53
D.Pembahasan	54
BAB V	65
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	65
A. Simpulan.....	65
B. Keterbatasan Penelitian	66
C. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

3.1. Dimensi dan Indikator	34
4.1. Rincian Penyebaran Kuesioner.....	44
4.2. Jenis Kelamin Responden.....	45
4.3. Usia Responden	46
4.4. Frekuensi Belanja	47
4.5. Hasil Uji Validitas	48
4.6. Hasil Uji Reliabilitas	49
4.7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	50
4.8. Hasil Uji F	52
4.9. Hasil Uji t	52
4.10. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	56
4.11. Hasil Uji t	56

DAFTAR GAMBAR

2.1. Model Penelitian.....	24
----------------------------	----