

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE*
DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-CUSTOMER SATISFACTION*
(Studi pada pelanggan perdagangan online Tokopedia)**

***THE INFLUENCE OF PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE
OF USE AND E-SERVICE QUALITY ON E-CUSTOMER SATISFACTION*
(Study on Tokopedia Online Store Customers)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh :

RISKA WIRANTI

20160410096

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019

SKRIPSI

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE*
DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-CUSTOMER SATISFACTION***

(Studi pada pelanggan perdagangan online Tokopedia)

***THE INFLUENCE OF PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE
OF USE AND E-SERVICE QUALITY ON E-CUSTOMER SATISFACTION***

(Study on Tokopedia Online Store Customers)

Diajukan oleh

RISKA WIRANTI

20160410096

Telah disetujui :

Dosen Pembimbing



Fauziah, S.E. M.Si.

Tanggal 14 Desember 2019

NIK. 19710505199702 143 057

SKRIPSI

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE*
DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-CUSTOMER SATISFACTION*
(Studi pada pelanggan perdagangan online Tokopedia)**

***THE INFLUENCE OF PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE
OF USE AND E-SERVICE QUALITY ON E-CUSTOMER SATISFACTION*
(Study on Tokopedia Online Store Customers)**

Diajukan oleh
RISKA WIRANTI
20160410096

Skrripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 14 Desember 2019

Yang terdiri dari



Dr. Susanto, M.S.
Ketua Tim Penguji



Dra. Hasnah Rimiati, M.Si
Anggota Tim Penguji



Punang Amari Puja, SE., ST., M.IT
Anggota Tim Penguji



Mengetahui Kaprodi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Retno Widowati PA, M.Si, Ph.D
NIK. 196304071991032001

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Riska Wiranti

Nomor Mahasiswa : 20160410096

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "***Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction (Studi pada pelanggan perdagangan online Tokopedia)***" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 18 Desember 2019



Riska Wiranti

MOTTO

“Kadang kita perlu sedikit menutup mata dan telinga dari sekitar. Karena percayalah setiap orang punya waktu dan momennya sendiri”

- R.W -

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

- QR. Surat Al Insiroh : 6 -

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan anugerah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan kerendhan hati, skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Keluarga tercinta, yaitu Ibu Ketut Asmini dan Ayah Rumidi. Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih atas segala dukungan baik doa maupun moril yang sudah diberikan selama proses penyusunan ini.
2. Kepada para sahabat penulis di kampung halaman, Astiti dan Yuk Ulan yang sudah mendukung dan memberikan semangat ketika penulis sedang dalam masa jenuh dan juga menjadi *charger* semangat penulis kembali.
3. Kepada teman-teman dari alumni GESFID FEB UMY 2016 yang sudah bersedia menjadi tempat pulang dan memberikan suntikan semangat lagi untuk penulis.
4. Teman-teman seperjuangan dari zaman Maba hingga saat ini yang rela penulis repotkan selama penyusunan skripsi ini.
5. Kepada semua pihak yang secara langsung atau tidak langsung sudah menjadi penyemangat dan pengingat untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

INTISARI

Perkembangan teknologi yang sangat pesat beberapa tahun terakhir menyebabkan munculnya berbagai macam jenis bisnis yang berbasis internet, salah satunya adalah Tokopedia sebagai marketplace yang mempertemukan penjual dan pembeli secara online. Judul penelitian ini adalah “Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *E-Service Quality* terhadap *E-Customer Satisfaction* pada perdagangan online Tokopedia” yang bertujuan untuk menganalisis bagaimana penerimaan penggunaan teknologi dan kualitas pelayanan elektronik yang dirasakan pelanggan dalam mempengaruhi kepuasan dalam melakukan transaksi pada situs Tokopedia.

Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah melakukan transaksi minimal 2 kali dalam satu tahun terakhir di situs Tokopedia. Penelitian ini dilakukan dengan jumlah sampel sebanyak 125 responden menggunakan teknik pengambilan sampel berupa teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dan menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *Google Forms*. Alat analisis untuk menganalisis data yaitu dengan SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*).

Hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan pada uji asumsi klasik menyatakan bahwa model regresi linier berganda layak untuk dilakukan penelitian. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *E-Service Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *E-Customer Satisfaction*.

Kata kunci : *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *E-Service Quality*, *E-Customer Satisfaction*.

ABSTRACT

The rapid development of technology in recent years led to the emergence of various types of Internet-based businesses, one of which is Tokopedia as a marketplace that brings together sellers and buyers online. The title of this research is "influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and E-Service Quality of E-Customer Satisfaction on Tokopedia Online Shop Customers" aimed at analyzing how the acceptance of technology use and the quality of electronic services that are felt to influence the satisfaction of doing transactions on the Tokopedia website.

The subjects in this study are customers who have made transactions at least 2 times in the past year on the Tokopedia site. This research was conducted with a total sample of 125 respondents using a non-probability sampling technique with a purposive sampling method and using a survey method by distributing questionnaires using Google Forms. The analytical tool for analyzing data is the SPSS (Statistical Package for Social Sciences).

The result of classical assumption test show the regression model is proper. Based on the analysis that has been done, the results show that Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and E-Service Quality significantly influence E-Customer Satisfaction.

Keywords : Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, E-Service Quality, E-Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan Ridho dan Rahmat-Nya dengan memberikan kemudahanh, kesehatan, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use* dan *E-Service Quality* Terhadap *E-Customer Satisfaction* (Studi pada pelanggan perdagangan online Tokopedia)”** .

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam meraih gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan referensi dan kontribusi serta memberikan masukan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan dan memberikan ide pengembangan bagi peneliti selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Rizal Yaya SE., M.Sc, Ph.D., Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekon dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan kepada para mahasiswa manajemen.
2. Ibu Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D selaku Ketua program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan untuk para mahasiswa manajemen.

3. Ibu Fauziah, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dalam memberikan bimbingan dan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan karyawan Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang sudah banyak membantu selama masa perkuliahan.
5. Ibu dan Ayah serta saudara-saudara penulis yang senantiasa memberikan dorongan dan nasihat serta perhatian yang tiada henti, terima kasih juga atas doa yang setiap hari sudah diberikan untuk penulis hingga sampai pada tahap ini.
6. Semua pihak baik dari para sahabat, teman-teman organisasi yang penulis sayangi sudah memberikan semangat dan menjadi tempat pulang baik dalam keadaan senang atau sedih.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 30 November 2019

Riska Wiranti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A.Latar Belakang Penelitian.....	1
B.Rumusan Masalah	9
C.Tujuan Penelitian.....	9
D.Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A.Landasan Teori.....	11
1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	11
2. <i>Electronic Service Quality</i>	15
3. <i>E-Customer Satisfaction</i>	18
B.Penelitian Terdahulu	21

C. Penurunan Hipotesis	24
1. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	24
2. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	25
3. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	26
D. Model Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Objek dan Subjek Penelitian	29
B. Jenis Data	29
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	29
D. Teknik Pengumpulan Data.....	30
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
F. Uji Kualitas Instrumen.....	33
1. Uji Validitas	33
2. Uji Reliabilitas	33
G. Statistik Deskriptif.....	34
H. Uji Asumsi Klasik	35
1. Uji Normalitas	35
2. Uji Multikolinearitas.....	35
3. Uji Heteroskedastisitas.....	35
I. Teknik Analisis Data	36
1. Analisis Deskriptif	36
2. Uji Regresi Linier Berganda	37
3. Uji Hipotesis.....	38
4. Uji Koefisien Determinasi.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	40
B. Hasil Uji Kualitas Instrumen.....	47
C. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	49
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	51
E. Pengujian Hipotesis	54

F. Pembahasan.....	58
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN ..	63
A.Simpulan	63
B.Saran Penelitian.....	64
C.Keterbatasan Penelitian.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	31
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	45
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pemakaian.....	46
Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Produk yang Sering Dibeli	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas dari Item-Item Variabel Penelitian	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas dari Item-Item Variabel Penelitian.....	48
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	49
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	50
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>E-Service Quality</i>	50
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>E-Customer Satisfaction</i>	51
Tabel 4.13 Uji Normalitas	52
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	20 Besar Negara Pengguna Internet Tertinggi	3
Gambar 1.2	10 <i>E-commerce</i> Pengunjung Terbanyak Triwulan IV 2018.....	6
Gambar 2.1	Model Penelitian	28
Gambar 4.1	Logo Tokopedia.....	40
Gambar 4.2	Uji Heterokedastisitas	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	71
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden	76
Lampiran 3. Karakteristik Responden	89
Lampiran 4. Uji Validitas.....	91
Lampiran 5. Uji Reliabilitas	94
Lampiran 6. Uji Deskriptif	95
Lampiran 7. Uji Regresi Linier	97