

**PENGARUH KUALITAS WEBSITE, KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN YANG BERDAMPAK PADA MINAT BELI
ULANG DI OLX
SKRIPSI**



Nama : Aditya Try Prianto

NIM : 43115010216

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aditya Try Prianto

NIM : 43115010216

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplak).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Mei 2021



Aditya Try Prianto
Nim: 43115010216

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Aditya Try Prianto
Nim : 43115010216
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Pengaruh kualitas website, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada minat beli ulang di OLX
Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh:

Dosen Pembimbing



Dr. Tafiprios SE, MM

Tanggal: 17 Juni 2021

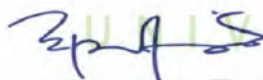
Ketua Penguji



Yennida Parmariza, S.Sos., MM

Tanggal: 18 Juni 2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Tanggal: 27 Juli 2021

Ketua Program Studi Manajemen S1



Dr. H. Sonny Indrajava, MM

Tanggal: 27 Juli 2021

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang sedemikian cepatnya telah merubah gaya hidup para penggunanya dengan munculnya trend berbelanja online melalui internet, namun hal ini tidak diiringi dengan pertumbuhan beberapa perusahaan *E-commerce* seperti OLX.co.id. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas website, kualitas produk dan kepuasan pelanggan yang berdampak terhadap minat beli ulang di OLX.co.id. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Objek penelitian ini adalah konsumen OLX.co.id di Universitas Mercu Buana. Jumlah responden yang ditentukan adalah 185 responden. Metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas website berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, kualitas website berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang dimediasi kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang dimediasi kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas website, Kualitas produk, Kepuasan pelanggan, dan Minat Beli Ulang.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

The rapid development of information technology has changed the lifestyle of it's users with the emergence of online shopping trends via the internet, but this has not been accompanied by the growth of several E-commerce companies such as OLX.co.id. This research aims to analyze the influence of website quality, product quality and customer satisfaction wich impact on repurchase intention. This research is quantitative research. The object of this research is the customer OLX.co.id in Mercu Buana University. Total respondent count is 185 respondents. The sampling method is done by purposive sampling. The method of data collection uses the survey method, with the research instrument is a questionnaire. Data analysis method using Partial Least Square (PLS). The results of this research proves that website quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, quality of product has a positive and significant effect on customer satisfaction, quality of product has a positive and significant effect on repurchase intention, customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intention, quality of website has a positive and significant effect on repurchase intention meditation customer satisfaction, quality of product has a positive and significant effect on repurchase intention meditation customer satisfaction.

Keywords: Quality of website, Quality of product, customer satisfaction, and repurchase intention.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan yang Maha Esa serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan yang berdampak pada Minat Beli Ulang di OLX. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu pada Program Studi Manajemen di Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Tafiprios SE, MM selaku dosen pembimbing.
2. Kepada Dosen Penguji, selaku Penguji dalam Uji sidang Skripsi yang telah banyak memberikan arahan hingga lebih sempurnanya Skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, Ms selaku Rektor Universitas Mercu Buana
4. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
5. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi Magister Management Universitas Mercu Buana

6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah membekali penulis hingga Skripsi ini terwujud
7. Yang Teristimewa, kedua Orang Tua saya yang luar biasa hebatnya bapak dan Ibu yang tidak pernah putus memberikan semangat, doa, motivasi, kasih sayang dan cinta dalam setiap prosesnya hingga saya bisa menyelesaikan Skripsi ini dengan baik

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu pada kesempatan ini penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan Skripsi dimasa mendatang. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.



DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Dan Kontribusi Penelitian.....	10
1. Tujuan Penelitian.....	10
2. Kontribusi Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
A. Kajian Pustaka.....	12
1. Manajemen Pemasaran	12
a. Definisi Manajemen pemasaran.....	12
b. Kegiatan Utama Pemasaran	12
2. Kualitas Website	13
a. Pengertian Kualitas Website.....	13
b. Dimensi Kualitas Website	13
3. Kualitas Produk.....	14
a. Pengertian Kualitas Produk	14

b.	Dimensi Kualitas Produk	15
4.	Kepuasan Pelanggan.....	15
a.	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	15
b.	Dimensi kepuasan pelanggan.....	17
5.	Minat Beli Ulang	19
a.	Pengertian Minat Beli Ulang	19
b.	Dimensi Minat Beli Ulang	20
6.	Penelitian Terdahulu.....	21
B.	Pengembangan Hipotesis	27
1.	Hubungan antara Kualitas Website dengan Kepuasan Pelanggan.....	27
2.	Hubungan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan.....	27
3.	Hubungan antara Kualitas Produk dengan Minat beli ulang.....	28
4.	Hubungan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Minat beli ulang.....	28
5.	Pengaruh Kualitas website terhadap minat beli ulang dimediasi kepuasan pelanggan.....	29
6.	Pengaruh Kualitas produk terhadap minat beli ulang dimediasi kepuasan pelanggan.....	30
C.	Rerangka pemikiran.....	30
D.	Hipotesis.....	30
BAB III	METODE PENELITIAN	32
A.	Waktu dan tempat penelitian.....	32
B.	Desain Penelitian.....	32
C.	Definisi dan Operasional Variabel.....	33
1.	Definisi Variabel.....	33
2.	Operasional Variabel.....	34
D.	Skala Pengukuran.....	38

E. Populasi Dan Sampel	39
1. Populasi	39
2. Sampel	39
F. Metode Pengumpulan Data	40
G. Metode Analisis Data	40
1. Analisis Deskriptif	40
2. IBM SPSS <i>Statistic 23</i>	41
3. SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>) – PLS (<i>Partial Least Square</i>)	41
a. Pengujian Evaluasi Measurement (outer) Model	42
b. Pengujian Model Struktural Atau Uji Hipotesis (Inner Model)	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum Penelitian	45
B. Analisis Deskriptif	46
1. Deskripsi Responden	46
2. Deskripsi Variabel	50
C. Metode Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	54
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i>	54
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	62
D. Pembahasan	64
1. Pengaruh Kualitas website terhadap Kepuasan pelanggan	64
2. Pengaruh Kualitas produk terhadap Kepuasan pelanggan	65
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat beli ulang	65
4. Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Minat beli ulang	66
5. Pengaruh Kualitas website terhadap Minat beli ulang dimediasi Kepuasan pelanggan	67

6. Pengaruh Kualitas produk terhadap minat beli ulang dimediasi kepuasan pelanggan	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	76



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
Tabel 1.1.	Top Brand Situs Jual Beli Online Tahun 2016, 2017, dan 2018.....	5
Tabel 1.2.	Data Pembelian Ulang Pelanggan OLX Tahun 2016, 2017, dan 2018.....	5
Tabel 1.3.	Data Pra-Survei.....	8
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1.	DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL.....	36
Tabel 3.2.	INSTRUMEN SKALA LIKERT.....	38
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	48
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 4.5.	Karakteristik Responden Pendapatan dalam 1 bulan.....	50
Tabel 4.6.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Website.....	51
Tabel 4.7.	Deskripsi Jawaban Responden.....	52
Tabel 4.8.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepuasan pelanggan.....	53
Tabel 4.9.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli Ulang.....	53
Tabel 4.10.	Hasil Pengujian Convergent Validity.....	55
Tabel 4.11.	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	58
Tabel 4.12.	Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Larcker</i>) (Modifikasi).....	60
Tabel 4.13.	Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	61
Tabel 4.14.	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	61
Tabel 4.15.	Nilai <i>R Square</i> Variabel Endogen.....	62
Tabel 4.16.	Hasil Pengujian Hipotesis.....	63
Tabel 4.17.	Hasil Pengujian Hipotesis (Indirect effect).....	64

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
Gambar 1.1.	Gambar Proyeksi Peningkatan Internet Di Indonesia tahun 2019	2
Gambar 2.1.	Rerangka Pemikiran	30
Gambar 4.1.	Hasil <i>Algorithm</i> PLS	57
Gambar 4.2.	Hasil <i>Algorithm</i> PLS (Modifikasi)	59



DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Hal
Lampiran 1	Kuesioner	74
Lampiran 2	Hasil Karakteristik Responden.....	79
Lampiran 3	Deskriptif Jawaban Responden	80
Lampiran 4	Hasil Pengujian <i>Measurement (Outer Model)</i>	82
Lampiran 5	Hasil Pengujian Hipotesis	85

