

Yayasan, Menara Pustaka	
UNIVERSITAS MERCU BUANA	
Perpustakaan Pusat	
Sumber :	5
Tanggal :	14-1-09
No. Reg. :	1. T08090119
	2. TE/09/119



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PENGARUH *WEB SITE QUALITY* DAN *COST BASED VALUE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA BISNIS NON E-COMMERCE  
( Studi Kasus pada *Website* Universitas Mercu Buana )**

**KARYA AKHIR**

Oleh

**Muhamad Bob Anthony**

**55106120014**

Buku ini milik  
**PERPUSTAKAAN UMB**  
Harap dijaga keutuhannya

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**2008**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PENGARUH *WEB SITE QUALITY* DAN *COST BASED VALUE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA BISNIS NON E-COMMERCE  
( Studi Kasus pada *Website* Universitas Mercu Buana )**

**KARYA AKHIR**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program  
Pascasarjana Program Magister Manajemen**

**Oleh**

**Muhamad Bob Anthony**

**55106120014**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**2008**

## **ABSTRACT**

*As the use of internet in Indonesia increases and due to strong competition in non-ecommerce business especially in education, many universities and companies have taken advantage of this trend by strategically evaluating their internet worthy products and services. The technology of non e-commerce decides what can be offered to customers, but only customers determine which of those technologies will be accepted. The success of non ecommerce depends on knowing customers and The most fundamental factor for sales revenue is customer satisfaction. Thus, the objective of this paper to discuss customers satisfaction from the perspective of website quality and cost based value by examining the relationships among website quality, cost based value and customer satisfaction in non ecommerce business*

*Non ecommerce is defined as business web site model to save the company money by supplying support and other resources. They may offer limited sales via the Internet as a convenience but not as the main focus of the Web site. Overall satisfaction is defined as an effective state representating an emotional reaction to the entire Web site search experience. In this research, web customer satisfaction has two distinctive sources satisfaction with the quality of web-site's information content and satisfaction with the web-site's system performance in delivering information. For cost based value, it is defined as the utility that the consumable gives the consumer regardless of cost. This includes item that can be assessed for their worth and those that can not the priceless item, including time*

*The reseach was done in Mercu Buana University and its website was used for this purpose. The survey was administered to post graduated students, university staffs and lectures of Magister Management at two different location i.e. Menteng and Meruya. 200 questionnaires were distributed and 170 usable responses were obtained. Those questionnaires are designed as five point likert scale from "1-strongly agree" to "5-strongly disagree" and the first version of questionnare was pilot tested by 30 participants. The reliability of the questionnaire was measured in terms of coefficient alpha where found more to be over 0.7 and for the validity was measured in terms of correted item-total correlation and was found more to be over 0.2. Using data from the sample of 130 surveys, Regression analysis was used to test the relationships among website quality, cost based value and customer satisfaction. The results of the regression analysis indicated that all of the relationships were significant.*

*The research has identified that the website quality and cost based value positively relate to customer satisfaction. In terms of impact, the website quality has stronger relationship with customer satisfaction than cost based value does. This research also depicted that the web system quality is the foremost concept of customer value in non ecommerce business.*

## ABSTRAK

Penggunaan internet yang semakin meningkat dan persaingan yang tinggi di bisnis non ecommerce khususnya di bidang pendidikan menyebabkan banyak Universitas dan Perusahaan yang telah mengambil keuntungan dari tren ini dengan mengevaluasi secara strategis nilai produk dan jasa yang ditampilkan melalui internet. Teknologi non ecommerce menerangkan apa yang dapat ditawarkan kepada pelanggan dan pelanggan yang menentukan teknologi manakah yang akan diterima. Kesuksesan dari non ecommerce tergantung bagaimana mengetahui pelanggan dan faktor utamanya adalah kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, tujuan dari tulisan ini adalah untuk membahas kepuasan pelanggan dari sudut pandang kualitas situs web dan nilai berbasis biaya dengan menguji hubungan antara kualitas situs web, nilai berbasis biaya dan kepuasan pelanggan pada bisnis non ecommerce.

Non ecommerce didefenisikan sebagai model bisnis situs web yang bertujuan untuk menghemat uang atau biaya perusahaan melalui pemberian dukungan dan sumber-sumber dukungan lainnya. Model bisnis ini dimungkinkan menawarkan penjualan yang jumlahnya terbatas melalui internet tetapi tidak sebagai fokus utama. Kepuasan total didefenisikan sebagai pernyataan efektif yang mewakili reaksi emosional terhadap keseluruhan pengalaman dalam menelusuri suatu situs web. Pada penelitian ini, kepuasan pelanggan memiliki dua sumber kepuasan tersendiri yaitu kepuasan terhadap kualitas isi informasi dan kepuasan terhadap kemampuan sistem situs web dalam menyampaikan dan memberikan informasi. Untuk Nilai berbasis biaya, didefenisikan sebagai suatu utilitas yang dapat dikonsumsi oleh pelanggan yang memberikan suatu nilai atau harga. Nilai berbasis biaya ini juga mencakup item-item baik itu yang dapat ditaksir dan diukur sebagai suatu biaya dan juga yang tidak dapat ditaksir dan diukur sebagai suatu biaya, termasuk didalamnya adalah waktu

Penelitian ini dilakukan pada situs web Universitas Mercu Buana dengan sample para mahasiswa, staff pegawai Universitas dan para dosen magister manajemen di dua lokasi kampus yang berbeda yaitu kampus Menteng dan Meruya. 200 kuisisioner telah disebarkan dan ditentukan 170 kuisisioner yang valid untuk digunakan. Kuisisioner menggunakan skala likert 5 peringkat dengan 1-sangat setuju sampai 5-sangat tidak setuju. Test awal telah dilakukan terhadap kuisisioner kepada 30 responden. Reliabilitas kuisisioner diukur berdasarkan nilai coefficient alpha yaitu lebih besar dari 0.7 sedangkan validitas diukur berdasarkan nilai corrected item-total correlation yaitu diatas 0.2. Analisis regresi telah dilakukan untuk melihat hubungan antara kualitas situs web, nilai berbasis biaya dan kepuasan pelanggan dengan hasil yang signifikan.

Penelitian ini telah menunjukkan bahwa kualitas situs web dan nilai berbasis biaya berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas mempunyai pengaruh yang lebih besar dibandingkan nilai berbasis biaya. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas sistem merupakan konsep terpenting dari nilai pelanggan pada bisnis non ecommerce.

## PENGESAHAN KARYA AKHIR

Judul : **Pengaruh *Website Quality* dan *Cost based Value* terhadap Kepuasan Pelanggan pada bisnis Non E-Commerce ( Studi Kasus pada *Website* Universitas Mercu Buana )**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Muhamad Bob Anthony

NIM : 55106120014

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2008

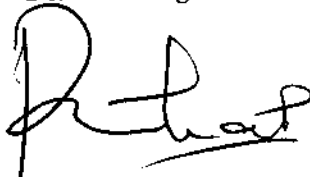
Mengesahkan

Ketua Program Studi Magister Manajemen



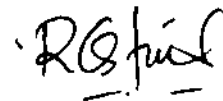
Dr. Ir. Har Adi Basri, M.Ec

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Mustika S. Purwanegara, M.Sc

Pembimbing II



Rina Astini, SE., ME

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Pengaruh *Website Quality* dan *Cost based Value* terhadap Kepuasan Pelanggan pada bisnis Non E-Commerce ( Studi Kasus pada *Website Universitas Mercu Buana* )**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Muhamad Bob Anthony

NIM : 55106120014

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2008

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Agustus 2008



Muhamad Bob Anthony

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis hanturkan atas kehadiran Tuhan YME, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul ” Pengaruh *Website Quality* dan *Cost Based Value* terhadap Kepuasan Pelanggan pada bisnis Non E-Commerce ” dengan studi kasus pada *Website* Universitas Mercu Buana. Tugas Akhir ini disusun sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Magister Manajemen pada kelas karyawan program studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimah kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Dr. Ir. Mustika S. Purwanegara, M.Sc sebagai Dosen Pembimbing utama
2. Rina Astini, SE., ME sebagai Dosen Pembimbing kedua
3. Dr. Ir. Har Adi Basri, M.Ec sebagai Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana
4. Bapak dan Ibu Dosen staf pengajar Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana
5. Staf Pegawai Administrasi Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana
6. Kedua orang tuaku dan saudara-saudaraku yang telah memberikan dorongan moril maupun materiil.
7. Rekan-rekan mahasiswa Pasca Sarjana Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Angkatan IX
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini

Penulis menyadari bahwa dalam pengerjaan Tugas Akhir ini terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kekurangan dan kesalahan tersebut dapat diperbaiki untuk masa yang akan datang.

Dengan mengucapkan rasa syukur kehadiran Tuhan YME, penulis berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, Agustus 2008

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Beauf', written in a cursive style.

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>Halaman Judul</b> .....	i
<b>Abstract</b> .....	iii
<b>Abstrak</b> .....	iv
<b>Lembar Pengesahan</b> .....	v
<b>Lembar Pernyataan</b> .....	vi
<b>Kata Pengantar</b> .....	vii
<b>Daftar Isi</b> .....	ix
<b>Daftar Tabel</b> .....	xii
<b>Daftar Gambar</b> .....	xiii
<b>Daftar Lampiran</b> .....	xiv

### BAB

#### I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	3
1.3. Batasan penelitian .....	3
1.4. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	4
1.4.1. Tujuan Penelitian.....	4
1.4.2. Kegunaan Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Penulisan.....	6

#### II DESKRIPSI UNIVERSITAS MERCU BUANA

2.1. Sejarah dan Perkembangan Universitas Mercu Buana .....	8
2.2. Sejarah dan Perkembangan Program Studi Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana .....	18
2.3. Penggunaan Website sebagai Model Bisnis Non E-Commerce .....	23

#### III LANDASAN TEORI

3.1. Defenisi Internet dan Website .....	25
3.2. Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction) .....	29
3.3. Kualitas Website (Website Quality) .....	33

3.4. Nilai Berbasis Biaya (Cost Based Value) .....	36
--	----

#### IV METODOLOGI PENELITIAN

4.1. Gambaran umum .....	39
4.2. Metode Penelitian .....	40
4.3. Kerangka Pemikiran .....	41
4.4. Hipotesis .....	41
4.5. Sampel Penelitian .....	43
4.6. Variabel dan Pengukurannya .....	45
4.7. Defenisi Operasional Variabel .....	45
4.6.1. Website Quality dan Cost Based value sebagai variabel independen .....	45
4.6.2. Kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen.....	46
4.8. Metode Pengumpulan Data .....	47
4.9. Metode Pengolahan dan Analisis Data .....	47
4.9.1. Statistik Deskriptif.....	47
4.9.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	49
4.9.3. Uji Regresi .....	51

#### V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Subjek Penelitian dan Penentuan Sampel .....	55
5.2. Analisa Karakteristik Responden .....	56
5.2.1. Pekerjaan Responden.....	56
5.2.2. Lokasi Kampus Responden.....	57
5.2.3. Jenis Kelamin Responden .....	57
5.2.4. Tingkat Umur Responden .....	58
5.3. Statistik Deskriptif dalam bentuk Mean dan Standard Deviation .....	58
5.3.1. Variabel Persepsi Web IQ (Information Quality) .....	58
5.3.2. Variabel Persepsi Web SQ (System Quality).....	59
5.3.3. Variabel Persepsi Nilai Berbasis Biaya .....	60
5.3.4. Variabel Persepsi Kepuasan Pelanggan .....	61
5.4. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	62
5.4.1. Uji Validitas .....	62
5.4.2. Uji Reliabilitas.....	63
5.5. Uji Regresi .....	64
5.5.1. Web IQ (Information Quality) dan Kepuasan Pelanggan.....	64
5.5.2. Web SQ (System Quality) dan Kepuasan Pelanggan.....	65
5.5.3. Kualitas Situs Web dan Kepuasan Pelanggan.....	65
5.5.4. Nilai Berbasis Biaya dan Kepuasan Pelanggan.....	66
5.5.5. Kualitas Situs Web (Website Quality) dan Nilai Berbasis Biaya (Cost Based Value) terhadap Kepuasan Pelanggan.....	67

#### VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan .....	68
-----------------------	----

6.2. Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>75</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>114</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
4. 1. Klasifikasi Variabel Penelitian dan Indikatornya .....	46
5. 1. Jumlah Populasi yang masih terdaftar per Juli 2008.....	55
5. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	56
5. 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Kampus .....	57
5. 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
5. 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	58
5. 6. Nilai Rata-Rata dan Deviasi Standard Web IQ .....	59
5. 7. Nilai Rata-Rata dan Deviasi Standard Web SQ .....	59
5. 8. Nilai Rata-Rata dan Deviasi Standard Cost Based Value .....	60
5. 9. Nilai Rata-Rata dan Deviasi Standard Kepuasan Pelanggan .....	61
5.10. Hasil Uji Validitas .....	63
5.11. Hasil Uji Reliabilitas Alpha Crombach .....	63
5.12. Hasil Regresi Web IQ terhadap Kepuasan Pelanggan .....	64
5.13. Hasil Regresi Web SQ terhadap Kepuasan Pelanggan .....	65
5.14. Hasil Regresi Kualitas Website terhadap Kepuasan Pelanggan .....	66
5.15. Hasil Regresi Nilai Berbasis Biaya terhadap Kepuasan Pelanggan .....	66
5.16. Regresi Nilai Berbasis Biaya dan Kualitas Website terhadap Kepuasan Pelanggan .....	67

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
2.1. Logo Universitas Mercu Buana .....	14
2.2. Struktur Organisasi Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana .....	20
2.3. Akreditasi Program Studi Universitas Mercu Buana .....	22
2.4. Website Utama Universitas Mercu Buana .....	24
3.1. Skematik Harapan Pelanggan .....	31
4.1. Variabel Penelitian .....	40
4.2. Kerangka Pemikiran Penelitian .....	41

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>		<b>Halaman</b>
1.	Jadwal Aktifitas Penulisan Karya Akhir	75
2.	Form Kuesioner	76
3.	Data Kuesioner	78
4.	Mean dan Deviasi Standard	82
5.	Hasil Uji Validitas	83
6.	Hasil Uji Realibilitas	88
7.	Hasil Uji Regresi	100
8.	Uji Asumsi Klasik	110