

**ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS *E-SERVICE* PADA  
WEBSITE EBABA DENGAN KUALITAS *E-SERVICE* PADA  
INSTAGRAM EBABA TERHADAP MINAT BELI ULANG**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen



**ANNISA NABILA RAMADHINI**

**1141001053**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**2018**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Tugas akhir ini adalah orisinal karya dan penelitian dari penulis. Segala informasi dan data yang tertera pada penelitian ini adalah hasil karya dari para peneliti lain dan penulis telah mencantumkan sumber data secara benar. Segala hal yang ada dalam penelitian tugas akhir ini adalah sepenuhnya tanggung jawab dari penulis.

Nama : Annisa Nabila Ramadhini

NIM : 1141001053

Tanda Tangan :



Annisa Nabila.R.

Date : 23 Agustus 2018.

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Annisa Nabila Ramadhini  
NIM : 1141001053  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Analisis Perbandingan Kualitas *E-Service* pada Website Ebaba dengan Kualitas *E-Service* pada Instagram Ebaba Terhadap Minat Beli Ulang.

Telah berhasil di pertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing : Dominica A. Widyastuti, SE., M.M  
Penguji 1 : Holila Hatta, S. Pd., M.M  
Penguji 2 : Ananda Fortunisa, SE, M.Si



(.....)  
(.....)  
(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 23 Agustus 2018

## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Perbandingan Kualitas *E-Service* pada Website Ebaba dengan Kualitas *E-Service* pada Instagram Ebaba Terhadap Minat Beli Ulang**” guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen program studi Manajemen Universitas Bakrie.

Penulis menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada sehingga dalam menyelesaikan skripsi ini memperoleh bantuan dari berbagai pihak, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. **Ibu Dominica A. Widyastuti, SE., M.M** selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan tugas akhir ini
2. **Holila Hatta, S. Pd., M.M** selaku Dosen Pembahas dan Penguji 1 yang selalu memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan tugas akhir ini.
3. **Ananda Fortunisa, SE, M.Si** selaku Dosen Penguji 2 yang selalu memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan revisi tugas akhir ini.
4. **Bapak M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D** selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan arahan untuk kelancaran penyusunan tugas akhir ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Univeristas Bakrie yang turut hadir support dan dukungannya untuk penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
6. Daddy, Mommy serta keluarga penulis yang senantiasa mendukung dan mendoakan untuk kelancaran penulisan tugas akhir ini.
7. Kepada Muhammad Azka, selaku orang terdekat yang selalu mendukung, membantu serta berbagi pengalamannya agar penyusunan tugas akhir ini cepat terselesaikan.

8. Seluruh sahabat-sahabat Ivone Luzviane, Atiqa Rani, Aisyah Azis, Mia Aulya, Intan Permata, M. Okseviano, Gyanti Subyantoro yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Serta rekan-rekan seperjuangan Universitas Bakrie yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis juga bagi para pembaca.

Jakarta, 23 Agustus 2018



Annisa Nabila R

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Nabila Ramadhini  
NIM : 1141001053  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Riset Bisnis

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS *E-SERVICE* PADA WEBSITE EBABA DENGAN KUALITAS *E-SERVICE* PADA INSTAGRAM EBABA TERHADAP MINAT BELI ULANG**

Berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 23 Agustus 2018

Yang menyatakan



Annisa Nabila.R.

**ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS *E-SERVICE* PADA WEBSITE  
EBABA DENGAN KUALITAS *E-SERVICE* PADA INSTAGRAM EBABA  
TERHADAP MINAT BELI ULANG**

Annisa Nabila Ramadhini

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah perbandingan antara kualitas *e-service* pada website dengan kualitas *e-service* pada Instagram berpengaruh terhadap minat beli ulang pada e-commerce ebaba. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh t hitung sebesar 6,806 pada website dan 13,457 pada Instagram dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan demikian nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), dan koefisien regresi pada website sebesar 47,1% sisanya 52,8% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang diluar dari penelitian ini. Sedangkan variabel kualitas *e-service* pada instagram sangat memiliki hubungan yang kuat terhadap variabel minat beli ulang, hal ini dapat dilihat dari hasil pengolahan data nilai  $R^2$  pada Instagram sebesar 65,8% sisanya 34,2% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang diluar dari penelitian ini.

Kata Kunci : *Kualitas E-Service*, Minat Beli Ulang

**ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS *E-SERVICE* PADA WEBSITE  
EBABA DENGAN KUALITAS *E-SERVICE* PADA INSTAGRAM EBABA  
TERHADAP MINAT BELI ULANG**

Annisa Nabila Ramadhini

*ABSTRACT*

*This study aims to determine whether the comparison between e-service quality on websites with e-service quality on Instagram has an effect on repurchase interest in e-commerce ebaba. Based on the results of simple linear regression analysis obtained t count of 6, 806 on the website and 13.457 on Instagram with a significance value of 0,000. Thus the significance value is smaller than 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ), and the regression coefficient on the website is 47.1%, the remaining 52.8% can be explained by other factors outside this research. While the e-service quality variable on Instagram has a very strong relationship to the variable re-purchase interest, this can be seen from the results of processing  $R^2$  data on Instagram by 65.8%, the remaining 34.2% can be explained by other factors outside of this study.*

*Keywords: E-Service Quality, Repurchase Interest*



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.1 Manfaat Akademis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.2 Manfaat Praktis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 <i>E-Service</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Pengertian <i>E-Service</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2 Pengertian <i>E-Service Quality</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3 Dimensi <i>E-Service Quality</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Pengertian Media Online.....	11
2.2.1 Karakteristik Media Online .....	12
2.3 Pengertian Situs Web (Website).....	13
2.4 Pengertian Instagram .....	14
2.5 Pengertian Minat Beli.....	17
2.5.1 Pengertian Minat Beli Ulang .....	18

2.6 <i>Profile</i> PT Ebaba Muslim Indonesia.....	19
2.6.1 Pakaian Muslim .....	20
2.6.2 Model Baju Muslim terbaru.....	20
2.6.3 Jasa Islami.....	20
2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	21
2.8 Kerangka Pemikiran .....	22
2.9 Hipotesis Penelitian.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	24
3.2 Objek Penelitian .....	24
3.3 Populasi dan Sampel .....	25
3.3.1 Populasi.....	25
3.3.2 Sampel .....	25
3.4 Teknik Pengumpulan Sampel.....	26
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	27
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.6.1 Studi Kepustakaan .....	28
3.6.2 Wawancara.....	28
3.6.3 Studi Lapangan .....	28
3.7 Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....	30
3.7.1 Variabel Dependen .....	30
3.7.2 Variabel Independen.....	30
3.7.3 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran .....	30
3.8 Uji Instrumen Penelitian.....	33
3.8.1 Uji Validitas.....	33
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	33
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.9.1 Uji Normalitas.....	34
3.10 Metode Analisis Data .....	34
3.10.1 Uji Regresi Linier Sederhana.....	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	36
4.1 <i>Pre-Test</i> Kuesioner.....	36
4.1.1 <i>Pre-Test</i> Kuesioner 30 Responden .....	36
4.1.2 <i>Pre-Test</i> Kuesioner 100 Responden .....	38
4.2 Uji Keragaman .....	40
4.2.1 Berdasarkan Kualitas <i>E-Service</i> .....	40
4.2.2 Berdasarkan Minat Beli Ulang .....	42
4.3 Karakteristik Responden .....	44
4.3.1 Karakteristik Responden berdasarkan Pemilihan Media Pemasaran .....	44
4.3.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	45
4.3.3 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
4.3.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	46
4.3.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan .....	47
4.3.6 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan per bulan.....	48
4.4 Analisis Deskriptif Data.....	48
4.4.1 Analisis Deskriptif Jawaban Responden tentang Kualitas <i>E-Service</i> .....	48
4.4.2 Analisis Deskriptif Jawaban Responden Tentang Minat Beli Ulang .....	51
4.5 Analisis Uji Instrumen .....	51
4.5.1 Uji Reliabilitas.....	51
4.5.2 Uji Validitas .....	53
4.5.3 Uji Normalitas .....	55
4.5.3.1 Uji Normalitas pada Website.....	55
4.5.3.2 Uji Normalitas pada Instagram .....	56
4.6 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	58
4.6.1 Koefisien Determinasi .....	58
4.6.2 Hasil Hipotesis dengan Uji T .....	61
4.6 Pembahasan.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.2 Kesimpulan .....	65
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA .....	67
LAMPIRAN .....	70

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Logo Perusahaan ebaba.....	19
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 4.1 Data Responden berdasarkan Pemilihan Media Pemasaran .....	45
Gambar 4.2 Data Responden berdasarkan Usia.....	45
Gambar 4.3 Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Gambar 4.4 Data Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	47
Gambar 4.5 Data Responden berdasarkan Pekerjaan .....	48
Gambar 4.6 Data Responden berdasarkan Penghasilan per bulan.....	48
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas pada Website .....	55
Gambar 4.8 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov pada Website .....	56
Gambar 4.9 Hasil Uji Normalitas pada Instagram .....	56
Gambar 4.10 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov pada Instagram .....	57
Gambar 4.11 Tabel Hasil Regresi Website.....	59
Gambar 4.12 Tabel Hasil Regresi Instagram.....	60
Gambar 4.13 Tabel Hasil Uji Statistik T Website .....	62
Gambar 4.14 Tabel Hasil Uji Statistik T Instagram.....	62

**DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran .....	37
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 30 Responden .....	37
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 100 Responden .....	39
Tabel 4.3 Uji Keragaman Berdasarkan Kualitas <i>E-Service</i> pada Website.....	40
Tabel 4.4 Uji Keragaman Berdasarkan Kualitas <i>E-Service</i> pada Instagram .....	41
Tabel 4.5 Uji Keragaman Berdasarkan Minat Beli Ulang pada Website .....	42
Tabel 4.6 Uji Keragaman Berdasarkan Minat Beli Ulang pada Instagram.....	43
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskripsif Kualitas <i>E-Service</i> .....	49
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Minat Beli Ulang .....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas 150 Responden .....	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas menggunakan 150 Responden .....	54
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi Model Summary .....	58

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Hasil Wawancara .....	70
Lampiran 2 Kuesioner.....	74
Lampiran 3 Rekapitulasi Responden .....	79
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 30 Responden .....	81
Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas 100 Responden .....	84
Lampiran 6 Uji Validitas dan Reliabilitas 150 Responden .....	87
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	91
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	93