

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN  
REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP MINAT BELI  
*ONLINE***

**(STUDI PADA *E-COMMERCE* JASA TRAVEL PERJALANAN)**

**TUGAS AKHIR**



**JET NENDRA**

**1121001045**

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

**2016**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN  
REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP MINAT BELI  
*ONLINE***

**(STUDI PADA *E-COMMERCE* JASA TRAVEL PERJALANAN)**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen



**JET NENDRA**

**1121001045**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
2016**

**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 penulis.

Nama : Jet Nendra

NIM : 1121001045

Tanda Tangan :



Tanggal : 05 September 2016

## HALAMAN PENGESAHAN

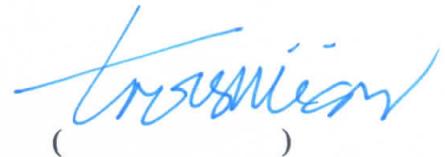
Tugas akhir ini diajukan oleh :

Nama : Jet Nendra  
NIM : 1121001045  
Program Studi : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Website dan Reputasi  
Perusahaan Terhadap Minat Beli *Online* (Studi Pada *E-Commerce* Jasa Travel Perjalanan)

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Bakrie.

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ir. Tri Wismiarsi, M.Sc., Ph.D.



( )

Penguji 1 : Dominica A. Widyastuti, SE., MM.



( )

Penguji 2 : Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D.



( )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 5 September 2016

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas Website dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Beli *Online* (Studi Pada *E-Commerce* Jasa Travel Perjalanan)”. Shalawat serta salam semoga tercurah limpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad Shallallahu ‘alayhi wa sallam, kepada keluarganya, sahabatnya dan ummatnya hingga akhir zaman. Aamiin.

Tugas akhir ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang perkuliahan Strata I Universitas Bakrie Jakarta.

Dalam penulisan tugas akhir ini tidak lepas dari hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan, bantuan dan nasihat dari berbagai pihak khususnya pembimbing, segala hambatan tersebut akhirnya dapat diatasi dengan baik.

Dalam kesempatan ini, penulis dengan tulus hati mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ir. Tri Wismiarsi, M.Sc., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan dorongan selama proses penyusunan tugas akhir
2. Bapak Muchsin S. Shihab dan Ibu Holila Hatta yang telah membantu dalam menyusun kuesioner penelitian
3. Ayah, Ibu, Kakak-kakak dan Adik-adik tercinta atas kasih sayang, semangat dan dukungan serta doa yang selama ini diberikan
4. Ibas, Andri, Mangedi, Upi, Dilla dan Feny (7 Kurcaci) yang telah memberikan semangat, dukungan dan motivasi selama 4 tahun ini
5. Eca, Nay, Ami, Aldo, Fath, Grafit, Elis, Galan Eka yang selalu support dan sering membantu memberi masukan/inspirasi dalam penulisan tugas akhir ini
6. Deris, Idrus dan Fajar yang telah memberikan semangat dan banyak memberikan banyak pelajaran yang berharga
7. Sya’diyatun yang selalu mendo’akan dan menjadi motivator penulis untuk bersabar selama penulisan tugas akhir ini
8. Kak Untung, thanks untuk sepatunya

9. Teman-teman Manajemen angkatan 2012, yang telah memberikan masukan dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini
10. Teman-teman Basmala dari 2012 sampai 2015
11. Kepada segenap pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu dalam kesempatan terbatas ini. Mudah-mudahan segala amalan mereka diterima di sisi Allah sebagai manifestasi ibadah kepada-Nya. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari sempurna, sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan tulisan serupa di masa yang akan datang. Sehingga pada akhirnya tulisan ini dapat bermanfaat bagi kemajuan dunia pendidikan dan dunia bisnis, khususnya pada industri Jasa *E-Commerce*.

Jakarta, 9 September 2016

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

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

Nama : Jet Nendra  
NIM : 1121001045  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Empiris (Skripsi)

Demi 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 Pengaruh Kualitas Website dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Beli *Online* (Studi Pada *E-Commerce* Jasa Travel Perjalanan)”**

Beserta 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 : 05 September 2016

Yang menyatakan



(Jet Nendra)

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN REPUTASI  
PERUSAHAAN TERHADAP MINAT BELI *ONLINE*  
(STUDI PADA *E-COMMERCE* JASA TRAVEL PERJALANAN)**

Jet Nendra<sup>1</sup>

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas website dan reputasi perusahaan terhadap minat beli *online* dengan fokus studi pada *e-commerce* jasa travel perjalanan. Data dikumpulkan dari 80 responden melalui survei dengan kuesioner secara *online* dan *offline* kepada responden yang pernah mengunjungi situs website *booking* tiket perjalanan tetapi belum pernah melakukan pembelian pada website yang dikunjunginya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *quota sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas website berpengaruh positif terhadap minat beli *online* dengan nilai koefisiensi regresi ( $\beta$ ) sebesar 0,337, sedangkan variabel reputasi perusahaan dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap minat beli *online* karena memiliki nilai signifikansi di atas 0,05. Nilai  $R^2$  menunjukkan bahwa 24,6% minat beli *online* dipengaruhi oleh kualitas website. Sementara 75,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** kualitas website, reputasi perusahaan, minat beli *online*, *e-commerce* jasa travel.

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie



***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF WEBSITE QUALITY AND  
CORPORATE REPUTATION ON ONLINE PURCHASE INTENTION  
(STUDY ON E-COMMERCE TRAVEL SERVICE TRIP)***

Jet Nendra<sup>1</sup>

---

***ABSTRACT***

*This study aimed to examine the effect of website quality and corporate reputation towards online purchase intention with the focus study on e-commerce travel service trip. Data were collected from 80 respondents through questionnaire survey both online and offline to respondents who have visited the site of travel ticket booking website but have never made a purchase on the website that they visit. The sampling technique used was quota sampling. The results indicate that there is a positive effect on website quality to online purchase intention with the value of coefficient regression ( $\beta$ ) is 0.337, while the corporate reputation variable in this study had no effect to online purchase intention because it has a significance value above 0.05. The  $R^2$  shows that 24.6% of online purchase intention is influenced by the website quality. While 75.4% are influenced by another factors that did not examined in this study.*

***Key Words:*** *website quality, corporate reputation, online purchase intention, e-commerce travel service trip*

---

<sup>1</sup>Student of Management Courses Bakrie University



DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN</b>	
<b>HIPOTESIS .....</b>	<b>7</b>
2.1. Kualitas Website .....	7
2.2. Reputasi Perusahaan .....	8
2.2.1 Paradigma Reputasi .....	9
2.2.2 Elemen Kunci Reputasi Perusahaan .....	9
2.3. Minat Beli Online .....	11
2.4. Penelitian Terdahulu.....	12
2.5. Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Konseptual .....	14
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>16</b>
3.1. Metode Pengumpulan Data .....	16
3.2. Sumber Data.....	17
3.3. Populasi.....	17

3.4. Sampel.....	17
3.5. Teknik Pengambilan Sampel .....	18
3.6. Variabel Penelitian.....	19
3.7. Pengukuran Penelitian .....	19
3.8. Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	20
3.9. Metode Analisis Data.....	20
3.9.1. Uji Instrumen.....	20
3.9.2. Uji Asumsi Klasik .....	21
3.9.3. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	22
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>23</b>
4.1. Uji Instrumen (Uji Validitas dan Reliabilitas).....	23
4.2. Faktor Analisis .....	26
4.3. Uji Asumsi Klasik.....	30
4.3.1. Uji Normalitas .....	30
4.3.2. Uji Multikolinearitas .....	32
4.3.3. Uji Heteroskedastisitas .....	33
4.4. Profil Responden.....	34
4.5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
4.6. Hasil Pembahasan .....	36
4.7. Implikasi Manajerial .....	37
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>40</b>
5.1. Simpulan .....	40
5.2. Keterbatasan Penelitian dan Saran .....	40

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 : Pertumbuhan Internet dari 1995-2015 .....	1
Tabel 2.1 : Pengkategorian Literatur Reputasi Perusahaan .....	9
Tabel 3.1 : Operasionalisasi Variabel .....	20
Tabel 4.1 : Hasil Uji Coba Validitas dan Reliabilitas N 30 .....	24
Tabel 4.2 : Hasil Uji Coba Validitas dan Reliabilitas N 80 .....	26
Tabel 4.3 : Hasil Analisis Faktor Untuk Variabel Kualitas Website .....	27
Tabel 4.4 : Hasil Analisis Faktor Untuk Variabel Reputasi Perusahaan.....	29
Tabel 4.5 : Hasil Analisis Faktor Untuk Variabel Minat Beli <i>Online</i> .....	29
Tabel 4.6 : Hasil Uji Normalitas dengan One-Sample Kolmogolov-Smirnov Test .....	31
Tabel 4.7 : Hasil Uji Multikolinearitas .....	33
Tabel 4.8 : Profil Responden.....	34
Tabel 4.9 : Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	36

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 : Jumlah dan Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia 2005-2014.....	2
Gambar 1.2 : Produk yang Dibeli dari Belanja <i>Online</i> .....	3
Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual.....	15
Gambar 4.1 : Grafik Normal P-Plot.....	31
Gambar 4.2 : Grafik Histogram Residual .....	32
Gambar 4.3 : Grafik Scatterplot.....	34