

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *INFORMATION QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
PERUSAHAAN *E-COMMERCE***

TUGAS AKHIR



DEA WIDA ASTARI IDAMANTI

1121001061

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JAKARTA**

2017

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *INFORMATION QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PERUSAHAAN *E-COMMERCE*

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie



DEA WIDA ASTARI IDAMANTI

1121001061

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

JAKARTA

2017

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dea Wida Astari Idamanti
NIM : 1121001061
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Information Quality*
Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Perusahaan *E-Commerce*

Telah berhasil dipertahankan 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 : Holila Hatta, S.Pd., M.M.



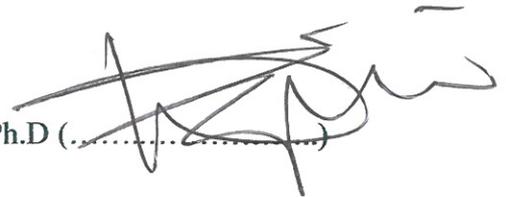
(.....)

Penguji 1 : Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M.



(.....)

Penguji 2 : Deddy Herdiansjah, Ir., M.Sc., M.B.A., Ph.D



(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 24 Februari 2017

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Dea Wida Astari Idamanti
NIM : 1121001061
Tanda Tangan : 
Tanggal : Februari 2017

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, rasa syukur penulis haturkan kepada Allah SWT karena rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal tugas akhir tentang “Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Information Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Perusahaan *E-Commerce*” dengan lancar. Shalawat dan salam tidak lupa juga penulis haturkan untuk Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa proposal tugas akhir ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itulah, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang terus membantu penulis selama proses penyusunan proposal ini, yaitu kepada:

1. Ibu Holila Hatta S.Pd., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta juga dengan sabar untuk memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian tugas akhir ini.
2. Bapak Deddy Herdiansjah, M.Sc, MBA, Ph.D selaku dosen pembahas yang senantiasa memberikan masukan berupa kritik dan saran yang sangat bermanfaat untuk penyelesaian tugas akhir ini.
3. Ibu Dominica A. Widyastuti, SE. M.M., selaku dosen penguji I yang senantiasa memberikan masukan beserta saran yang berguna untuk penyelesaian tugas akhir ini.
4. Bapak B.P. Kusumo Bintoro, Ir., MBA, Dr. atas dukungan serta nasehat yang diberikan selama masa studi penulis di Universitas Bakrie.
5. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan dan masa penyusunan tugas akhir.
6. Orang tua penulis, Bapak Takari Sudarjo dan Ibu Asri Juariah, adik penulis, Muhammad Raihan dan Alma Azzarah Astari dan keluarga penulis yang selalu memberikan motivasi, dorongan moril maupun materil, dan juga doa sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Rizky Priyana Lestari, Ardila Pravita Safitri, Grafit Primarta, Eka Nur Solicha yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan serta semangat.
8. Teman-teman mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2012 yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.
9. Para responden yang telah menyempatkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian tugas akhir ini.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang terus memberikan dukungan baik langsung maupun tidak langsung bagi penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyajian dan penyusunan proposal tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik demi penyempurnaan proposal tugas akhir ini. Semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan mendapat imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa dan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait di masa yang akan datang.

Jakarta, Februari 2017

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : Dea Wida Astari Idamanti

NIM : 1121001061

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Riset Bisnis

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

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *INFORMATION QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PERUSAHAAN *E-COMMERCE*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/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.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Tanggal : 24 Februari 2017

Yang menyatakan



PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *INFORMATION QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PERUSAHAAN *E-COMMERCE*

Dea Wida Astari Idamanti¹

ABSTRAK

E-commerce merupakan salah satu sarana untuk bertransaksi *online* yang saat ini sedang populer. Untuk memberikan kepuasan pelanggan diperlukan adanya usaha-usaha dari perusahaan *e-commerce* dengan memberikan kemudahan penggunaan dan informasi yang berkualitas. Penelitian ini membahas mengenai peran dari persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan kualitas informasi (*information quality*) terhadap terciptanya kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) perusahaan *e-commerce*. Metode pengumpulan data untuk penelitian ini adalah survei yang disebarakan kepada 210 responden. Hasil penelitian menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap terciptanya kepuasan pelanggan.

Kata kunci : *e-commerce, perceived ease of use, information quality, customer satisfaction*

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

***THE EFFECT OF PERCEIVED EASE OF USE AND
INFORMATION QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT
E-COMMERCE COMPANIES***

Dea Wida Astari Idamanti¹

ABSTRACT

E-commerce is one of the methods to do online transaction that popular nowadays. In order to provide customer satisfaction, some effort are required from e-commerce companies by providing ease of use and high quality information. This research discusses the role of perceived ease of use, and information quality to create customer satisfaction in e-commerce companies. The data collection method for this research was questionnaire which distributed to 210 respondents. The results have found that perceived ease of use and quality information have a significant and positive effect on customer satisfaction.

Key words : e-commerce, perceived ease of use, information quality, customer satisfaction

¹ Student of Universitas Bakrie, Management Major

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	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 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 <i>E-Commerce</i>	9
2.1.2 Persepsi (<i>Perceived</i>).....	11
2.1.3 Kemudahan Penggunaan (<i>Ease of Use</i>).....	12
2.1.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>)...	13
2.1.5 Kualitas (<i>Quality</i>).....	15
2.1.6 Informasi (<i>Information</i>).....	16
2.1.7 Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>).....	17
2.1.8 Kepuasan (<i>Satisfaction</i>).....	18
2.1.9 Pelanggan (<i>Customer</i>).....	19
2.1.10 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>).....	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis.....	24
2.3.1 Kerangka Konseptual.....	24

2.3.2 Pengembangan Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Populasi dan Sampel.....	26
3.2.1 Populasi.....	26
3.2.2 Sampel.....	27
3.2.3 Teknik Pengambilan Sempel.....	27
3.3 Pengumpulan Data.....	28
3.3.1 Sumber Data.....	28
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	29
3.4.1 Variabel Penelitian.....	29
3.4.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	30
3.5 Metode Data Analisis.....	31
3.5.1 Uji Instrumen Penelitian.....	31
3.5.1.1 Uji Validitas.....	31
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	32
3.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	32
3.5.3 Uji Hipotesis	33
3.5.3.1 Uji Keofisien Determinasi (R^2)	34
3.5.3.2 Uji F.....	34
3.5.3.3 Uji t	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 <i>Pre-test</i> Kuesioner.....	35
4.1.1 Hasil <i>Pre-test</i> Uji Validitas.....	35
4.1.1 Hasil <i>Pre-test</i> Uji Reliabilitas.....	36
4.2 Karakteristik Responden.....	38
4.3 Hasil Uji Instrumen Data.....	41
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	41
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	42
4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	45
4.5.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	45
4.5.2 Hasil Uji F.....	46

4.5.3 Hasil Uji t.....	47
4.5 Pembahasan.....	48
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1 Simpulan.....	51
5.2 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet Pada Pulau Jawa.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	30
Tabel 3.2 Keterangan Simbol didalam Persamaan Regresi Berganda.....	33
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas N=30 Responden.....	35
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas N=30 Responden	36
Tabel 4.3 Nilai CITC Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> N=30 Responden.....	37
Tabel 4.4 Nilai CITC Variabel <i>Information Quality</i> N=30 Responden.....	37
Tabel 4.5 Nilai CITC Variabel <i>Customer satisfaction</i> N=30 Responden.....	37
Tabel 4.6 Karakteristik Responden <i>Offline</i>	38
Tabel 4.7 Karakteristik Responden <i>Online</i>	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas N=210 Responden.....	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas N=210 Responden.....	43
Tabel 4.10 Nilai CITC Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> N=210 Responden.....	43
Tabel 4.11 Nilai CITC Variabel <i>Information Quality</i> N=210 Responden.....	43
Tabel 4.12 Nilai CITC Variabel <i>Customer satisfaction</i> N=210 Responden.....	43
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	44
Tabel 4.14 Hasil Uji R^2 (Uji Determinasi).....	46
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	47
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1, Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 2, Uji Validitas N=30.....	71
Lampiran 3, Uji Reliabilitas N=30	72
Lampiran 4, Karakteristik Responden <i>Offline</i>	76
Lampiran 5, Karakteristik Responden <i>Online</i>	81
Lampiran 6, Uji Validitas N=210.....	85
Lampiran 7, Uji Reliabilitas N=210.....	86
Lampiran 8, Regresi Linear Berganda.....	90