

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN WEBSITE E-COMMERCE
WWW.BHINNEKA.COM**

TUGAS AKHIR



NAMA : VEGA ARVIANI PUTRI

NIM : 1071001108

PROGRAM SARJANA STRATA 1

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2011

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN WEBSITE E-COMMERCE
WWW.BHINNEKA.COM**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi



NAMA : VEGA ARVIANI PUTRI

NIM : 1071001108

PROGRAM SARJANA STRATA 1

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

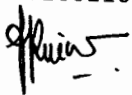
UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2011

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 : Vega Arviani Putri
NIM : 1071001108
Tanda Tangan : 
Tanggal : 26 September 2011

HALAMAN PENGESAHAN

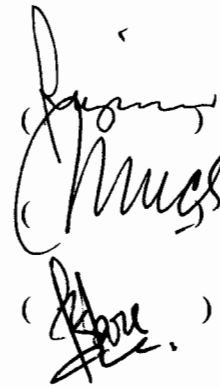
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Vega Arvian Putri
NIM : 1071001108
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan
Konsumen Website E-commerce www.bhinneka.com

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ir. Aurino R. A. Djamaris, M.M
Penguji 1 : Muchsin Saggaf Sihab, Ph.D
Penguji 2 : Manik Hapsara, Ph.D



(*Jamaris*)
(*Muchsin*)
(*Manik*)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26 September 2011

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga tugas akhir ini telah diselesaikan dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen *Website E-commerce* www.bhinneka.com“.

Penyelesaian tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ir. Aurino R. A. Djamaris, M.M, sebagai dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir ini;
2. Pimpinan Universitas Bakrie Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D., Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Bapak Bambang Trihartanto, Ph.D. beserta seluruh stafnya;
3. Ir. Deddy Herdiansjah, M.Sc., M.B.A., Ph.D., sebagai Ketua Program Studi Manajemen di Universitas Bakrie beserta seluruh stafnya yang telah membantu penulis dalam pengajuan tugas akhir;
4. Bapak Heri, Bapak Raden Akbar, dan seluruh staf Universitas Bakrie yang tidak pernah jenuh membantu dan direpotkan dalam penyusunan tugas akhir ini;
5. Orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan banyak motivasi dan doa dalam menyelesaikan tugas akhir ini;
6. Teman-teman di Universitas Bakrie yang selalu memberikan semangat dan memberikan bantuan dalam penyelesaian tugas akhir ini;
7. Widya Kirana, M. Syarif, dan Dwi Saputra yang telah banyak membantu dalam proses pengumpulan serta pengolahan data;

8. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner;
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas dukungannya.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tugas akhir ini membawa manfaat bagi banyak kalangan dan memberikan sumbangan dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, September 2011

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Vega Arviani Putri
NIM : 1071001108
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 Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Website
E-commerce www.bhinneka.com.**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif 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.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 26 September 2011

Yang menyatakan



Vega Arviani Putri

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN *WEBSITE* E-COMMERCE WWW.BHINNEKA.COM**

Vega Arviani Putri.¹

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan *website e-commerce* www.bhinneka.com terhadap kepuasan konsumennya. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori lima dimensi SERVQUAL dari yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Jenis penelitian ini adalah riset bisnis dimana sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 150 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *convenience sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, memiliki pengaruh positif dan signifikan, sedangkan variabel *reliability* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen *website* www.bhinneka.com adalah variabel *responsiveness*.

Kata Kunci: E-commerce, Tangible (Bukti fisik), Reliability (Kehandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan), Empathy (Empati) dan Kepuasan Konsumen.

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY TOWARD CUSTOMER SATISFACTION IN E-COMMERCE WEBSITE WWW.BHINNEKA.COM

Vega Arviani Putri²

ABSTRACT

This study was conducted to examine the effects of service quality towards customer satisfaction of e-commerce website www.bhinneka.com. This study uses five dimensional theory of SERVQUAL which are tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. This is a business research with 150 respondents as sample. This study uses convenience sampling method and using quantitative analysis with multiple linear regression analysis. Based on the results of multiple regression analysis found that the independent variable that consists of tangible, responsiveness, assurance, and empathy, have a positive and significant impact on customer satisfaction, while the reliability variable have no significant impact on consumer satisfaction of e-commerce website www.bhinneka.com. This research also showed that the most dominant variable affecting customer satisfaction of www.bhinneka.com is responsiveness variable.

Keywords: E-commerceTangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Customer Satisfaction.

² Student of Bakrie University, Management Major

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Pembatasan Masalah.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Perkembangan Internet.....	10
2.3 <i>E-commerce</i>	12
2.3.1 Pengertian <i>E-commerce</i>	12
2.3.2 Proses <i>E-commerce</i>	13
2.3.3 Jenis <i>E-commerce</i>	14
2.4 Konsep Kualitas Pelayanan.....	15
2.4.1 Definisi Kualitas Pelayanan.....	15
2.4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	15
2.5 Kepuasan Konsumen.....	20
2.5.1 Definisi Kepuasan Konsumen	20
2.5.2 Konsep Kepuasan Konsumen	21
2.5.3 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	22
2.6 Kerangka Konseptual Penelitian.....	23
2.7 Hipotesis.	24
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	25
3.2 Objek Penelitian.....	25
3.3 Metodologi Penelitian	25
3.3.1 Populasi.....	25
3.3.2 Sampel.....	25
3.3.3 Teknik Sampling.....	26

3.3.4 Penentuan Jumlah Sampel.....	26
3.4 Sumber Data.....	26
3.5 Operasionalisasi Variabel Penelitian	27
3.5.1 Definisi Konseptual Variabel	27
3.5.2 Definisi Operasional Variabel	27
3.5.3 Ukuran Indikator.....	28
3.6 Teknik Analisis Data	30
3.6.1 Analisis Deskriptif	30
3.6.2 Uji Validitas	30
3.6.3 Uji Reliabilitas.....	30
3.6.4 Uji Asumsi Klasik	31
3.6.5 Regresi Berganda.....	32
3.6.6 Uji Hipotesis.....	32
3.6.7 Koefisien Determinasi	33
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	34
4.1.1 Profil Perusahaan.....	34
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	35
4.2 Gambaran Umum Responden	35
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	36
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	37
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
4.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	38
4.3 Deskripsi Hasil Tanggapan Responden	39
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Tangible</i>	39
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Reliability</i>	39
4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Responsiveness</i>	40
4.3.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Assurance</i>	40
4.3.5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Empathy</i>	40
4.3.6 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen.....	40
4.4 Analisis Data	41
4.4.1 Hasil Uji Validitas	41
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	41
4.4.3 Hasil Uji Normalitas	42
4.4.4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	42
4.4.5 Analisis Regresi Berganda	45
4.4.6 Koefisien Determinasi (R^2)	46
4.4.7 Pengujian Hipotesis	46
4.4.7.1 Uji t.	46
4.4.7.2 Uji F.	48
4.5 Pembahasan	50
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Keterbatasan Penelitian	56

5.3 Saran	56
5.3.1 Saran Bagi Perusahaan	56
5.3.2 Saran Bagi Penelitian Mendatang	58
DAFTAR REFERENSI	59
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Populasi dan Pengguna Internet di Indonesia	2
Tabel 1.2	Peringkat Jumlah Pengunjung <i>Website</i> Perangkat Komputer.....	3
Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2.2	Tabel Laju Pertumbuhan Penggunaan Internet di Asia	10
Tabel 2.3	Aplikasi SERVQUAL dalam konteks pelayanan online	18
Tabel 3.1	Tabel Alat Ukur Penelitian	28
Tabel 4.1	Tabel Jenis Kelamin Responden	35
Tabel 4.2	Tabel Umur Responden	35
Tabel 4.3	Tabel Pendidikan Responden.....	36
Tabel 4.4	Tabel Pekerjaan Responden	36
Tabel 4.5	Tabel Penghasilan Responden.....	37
Tabel 4.6	Tabel Deskripsi Variabel	38
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas	44
Tabel 4.10	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	45
Tabel 4.11	Hasil Koefisien Determinasi	47
Tabel 4.12	Hasil Uji- t.....	47
Tabel 4.13	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan <i>Website</i> Bhinneka.com.....	2
Gambar 2.1 Grafik Tujuan Melakukan Koneksi Internet	11
Gambar 2.2 Indonesia Top 100 Sites Pie Chart (2009)	12
Gambar 2.3 Proses <i>E-commerce</i>	13
Gambar 2.4 Konsep Kepuasan Pelanggan (Rangkuti, 2003).....	20
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	62
Lampiran 2	Identitas Responden	65
Lampiran 3	Frekuensi Hasil Kuesioner.....	66
Lampiran 4	Tabulasi Hasil Kuesioner.....	68
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	70
Lampiran 6	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	76
Lampiran 7	Hasil Analisis Regresi Berganda, Uji t, Uji F, R ²	78