

**PENGARUH DESAIN
WEBSITE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
MINAT BELI ULANG PELANGGAN LAZADA.CO.ID
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

SKRIPSI

Oleh:

Donny Setiawan

201410325132



**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2018

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Desain *Website* dan Kualitas
Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan
Lazada.co.id

Nama Mahasiswa : Donny Setiawan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325132

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi :

Bekasi, 25 Juli 2018

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Ery Teguh Prasetyo, S.E, M.M

NIP 0801130



Don Haidy Abel, ST, M.Sc

NIP 031611058

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Desain *Website* dan Kualitas
Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan
Lazada.co.id pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Nama Mahasiswa : Donny Setiawan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325132

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Juli 2018

Bekasi, 25 Juli 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dra. Rini Wijayaningsih, M.M
NIP. 031702066

Penguji I : Ery Teguh Prasetyo, S.E, M.M
NIP. 0801130

Penguji II : Eri Bukhari, S.E, M.T
NIP. 031503026

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E, M.M
NIP. 1602212

Dekan
Fakultas Ekonomi



Dr. Rorim Panday, M.M, M.T
NIP. 1508228

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh Desain Website dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang pelanggan Lazada.co.id ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 30 Juni 2018



Donny Setiawan

201410325132

ABSTRAK

Donny Setiawan. 201410325132. Pengaruh Desain Website dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Lazada.co.id.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel Desain Website (X1) dan variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Minat Beli Ulang (Y). Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh langsung dari responden Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II Bekasi yang pernah melakukan transaksi pembelian di situs web *e-commerce* Lazada.co.id. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey yang dilakukan kepada 96 responden dengan menggunakan kuesioner dan data yang didapat dari responden diolah menggunakan *software Statistical Package for Social Science (SPSS)*.

Hasil dari penelitian ini semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat yang menunjukkan bahwa semua hipotesis terdukung. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah desain *website* dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci: Pemasaran, Pemasaran Online (*E-Marketing*), Desain Website, *e-commerce*, Kualitas Pelayanan, Kualitas Pelayanan Elektronik, Minat Beli Ulang.

ABSTRACT

The Influence of Website Design and Quality of Service to the interest of buyback customer Lazada.co.id.

This study aims to identify which variables Website design (X1) and Quality Service (X2) variable to Buy and Re-Buy (Y). This study uses data obtained directly from the respondents Student Faculty of Economics, University of Bhayangkara Jakarta Raya Campus II Bekasi who once made a purchase transaction on the e-commerce website Lazada.co.id. This research uses quantitative approach with survey method conducted on 96 respondents by using questionnaires and data obtained from respondents who processed using software Statistics Package for Social Sciences (SPSS).

The results of this study are independent variables against the proven variable that all hypotheses supported. The conclusion that can be drawn from this research is website design and service quality have positive effect to re-buy interest.

Keywords: Marketing, Online Marketing (E-Marketing), Website Design, e-commerce, Quality of Service, Quality of Electronic Services, Buying Interests.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan baik. Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, dengan judul “Pengaruh Desain *Website* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Lazada.co.id”.

Selesainya Skripsi ini adalah berkat bantuan bimbingan serta dukungan dari semua pihak berupa material, spiritual, maupun informasi. Oleh Karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar besarnya kepada :

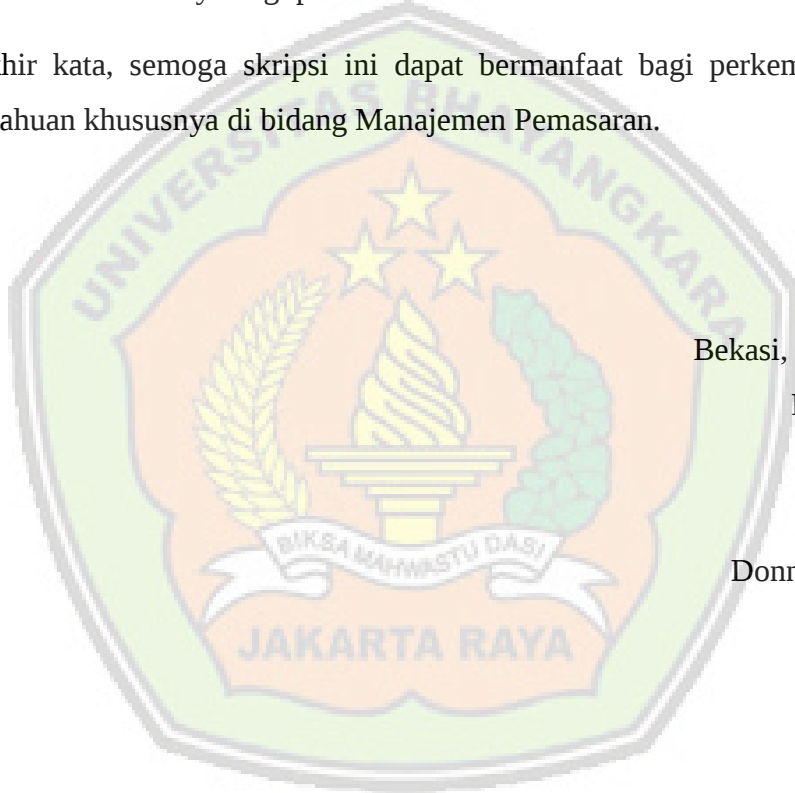
1. Bapak Dr. Rorim Panday, M.M., M.T, selaku dekan Fakultas Ekonomi.
2. Bapak M. Fadli Nursal, S.E., M.M, selaku Kepala Prodi Manajemen yang telah berkenan memberikan izin dalam penyusunan laporan ini.
3. Bapak Ery Teguh, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, saran serta dorongan yang sangat berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
4. Bapak Don Haidy Abel, S.T., M.sc, selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, saran serta dorongan yang sangat berarti kepada penulis terlebih lagi dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Rohana Sianipar Herutomo S.H., MBA, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan motivasi dan semangat kepada penulis.
6. Seluruh staf pengajar yang telah mendidik penulis selama menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Orang tua yang selalu memberikan doa dan bantuan secara moril maupun materi.
8. Kakak yang selalu memberikan motivasi dan semangat agar skripsi ini selesai tepat waktu
9. Sahabat-sahabat penulis yang telah banyak membantu penulis baik langsung dan tidak langsung dalam menyusun skripsi ini.
10. Teman-Teman Fakultas Ekonomi Manajemen, terima kasih untuk kebersamaannya selama ini dalam perjuangan kita menggapai impian sebagai

seorang mahasiswa. Apa yang terjadi selama 4 tahun perkuliahan akan selalu menjadi pengalaman yang dikenang.

11. Dan kepada pihak-pihak lain yang telah begitu banyak membantu namun tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan sehingga penulis mengharap masukan, kritik dan saran yang membangun bagi penulis. Semoga laporan ini dapat memberikan kontribusi yang positif bagi pembaca dan khususnya bagi penulis sendiri.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Manajemen Pemasaran.



Bekasi, 2018

Penulis

Donny Setiawan

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latang Belakang	4
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Masalah	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 7
2.1 Konsep Pemasaran	7
2.1.1 Pemasaran <i>Online</i>	8
2.2 Desain Produk	8

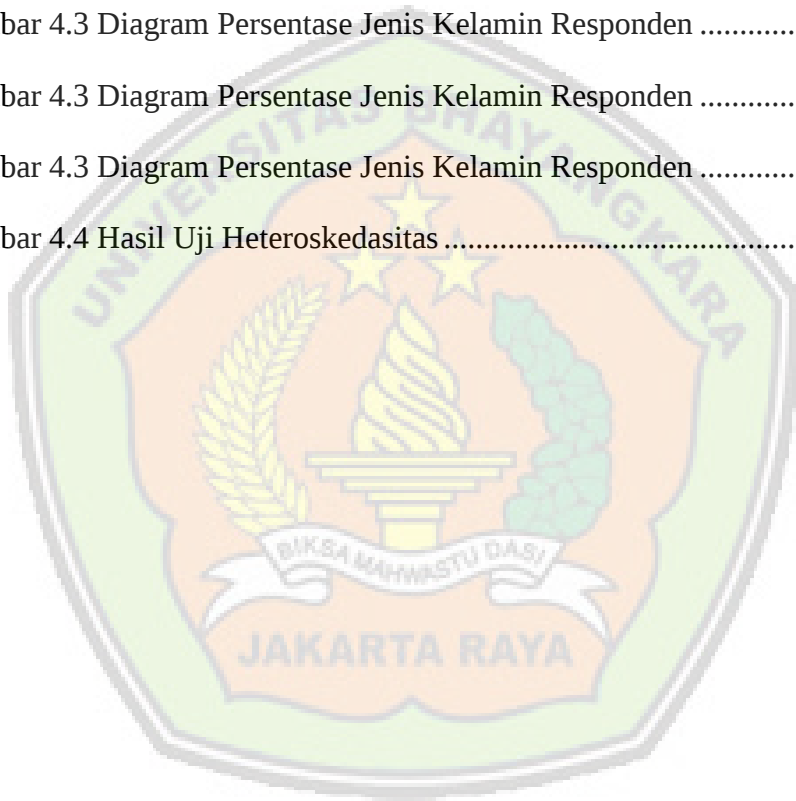
2.2.1 Pengertian Desain Produk dalam Pemasaran	8
2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Desain Produk	9
2.2.3 Pengertian Desain Website.....	10
2.2.4 Fungsi Desain Website dalam E-Commerce	9
2.2.5 Hubungan Desain Website dengan Minat Beli Ulang.....	11
2.2.6 Indikator Desain Website	12
2.3 Kualitas Pelayanan	13
2.3.1 Komponen Kualitas Pelayanan.....	13
2.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan	14
2.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan.....	15
2.3.4 Kualitas Pelayanan Elektronik (E-Service Quality)	16
2.3.5 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Niat Beli Ulang.....	17
2.4 Minat Beli Ulang	18
2.4.1 Pengertian Minat Beli Ulang	18
2.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang	18
2.4.3 Indikator yang mempengaruhi minat beli ulang.....	20
2.5 Penelitian Terdahulu.....	20
2.6 Kerangka Berfikir	21
2.7 Hipotesis	22
BAB III METODELOGI PENELITIAN	23
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Tahapan Penelitian	23
3.3 Model Konseptual Penelitian	24
3.4 Definisi Operasional Variabel	25

3.5 Waktu dan Tempat Penelitian	28
3.6 Metode Pengambilan Sampel	28
3.6.1 Populasi	28
3.6.2 Populasi	28
3.7 Teknik Pengumpulan data	29
3.8 Metode Analisis Data	31
3.8.1 Uji Validitas.....	32
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	33
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	33
3.8.4 Uji Normalitas	33
3.8.5 Uji Multikoleniaritas	35
3.8.6 Uji Heteroskedasitas.....	35
3.9 Uji Linieritas.....	35
3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	36
3.10 Pengujian Hipotesis	36
3.10.1 Uji Parsial (Uji-T).....	36
3.10.2 Uji Simultan (Uji-F)	37
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	39
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	39
4.1.2 Identitas Perusahaan	39
4.1.3 Gambaran website Lazada.....	40
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan.....	40
4.2 Deskripsi Responden	41

4.2.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden	41
4.2.2 Deskripsi Usia Responden.....	42
4.2.3 Deskripsi Pekerjaan Responden	43
4.3 Pengujian Instrumen Data	43
4.3.1 Hasil Uji Validitas	43
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	45
4.3.3 Hasil Uji Normalitas.....	45
4.3.4 Multikolinearitas.....	46
4.3.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	48
4.3.6 Uji Heteroskedastisitas	49
4.3.7 Uji Parsial (Uji t)	49
4.3.8 Uji Simultan (Uji f)	50
4.3.9 Uji Koefisien Determinasi	51
4.4 Pembahasan	52
4.4.1 Pengaruh Desain Website terhadap Niat Beli ulang Pelanggan Lazada.co.id.....	53
4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Lazada.co.id.....	53
4.3.3 Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Sikap Keuangan secara Simultan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Keluarga.....	53
BAB V PENUTUP.....	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Implikasi Manajerial.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Toko Online dengan performa terbaik di Indonesia	3
Gambar 2.1 Model Konseptual Penelitian	22
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	25
Gambar 4.1 <i>Website</i> Lazada	40
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Lazada Indonesia	41
Gambar 4.3 Diagram Persentase Jenis Kelamin Responden	42
Gambar 4.3 Diagram Persentase Jenis Kelamin Responden	42
Gambar 4.3 Diagram Persentase Jenis Kelamin Responden	42
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Dimensi Desain Website.....	12
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel	26
Tabel 3.2 Skala Likert.....	30
Tabel 4.1 Tabel jumlah responden menurut jenis kelamin	41
Tabel 4.2 Tabel jumlah responden menurut usia	42
Tabel 4.3 Tabel jumlah responden menurut pekerjaan	43
Tabel 4.4 Hasil uji validitas menggunakan r tabel.....	44
Tabel 4.5 Perbandingan r hitung dengan r tabel	44
Tabel 4.6 Hasil signifikansi	44
Tabel 4.7 Hasil uji reliabilitas	45
Tabel 4.8 Hasil uji normalitas	46
Tabel 4.9 Hasil uji VIF	47
Tabel 4.10 Perbandingan nilai VIF	47
Tabel 4.11 Hasil uji multikolinearitas.....	47
Tabel 4.12 Hasil uji regresi linier berganda.....	48
Tabel 4.14 Hasil uji T	50
Tabel 4.15 Hasil uji Anova	51
Tabel 4.17 Hasil uji determinasi	51