

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* TERHADAP KEPUASAN,
KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TRAVELOKA
DI KOTA YOGYAKARTA**

***THE EFFECT OF WEBSITE QUALITY ON SATISFACTION, TRUST AND
LOYALTY OF TRAVELOKA CUSTOMERS IN YOGYAKARTA CITY***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:
GALANG BAGUS PERMADI
20120410234

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2019**

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* TERHADAP KEPUASAN,
KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TRAVELOKA DI
KOTA YOGYAKARTA

*THE EFFECT OF WEBSITE QUALITY ON SATISFACTION, TRUST AND
LOYALTY OF TRAVELOKA CUSTOMERS IN YOGYAKARTA CITY*



Diajukan oleh
GALANG BAGUS PERMADI
20120410234

Telah disetujui
Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Susanto'.

Susanto, Dr., MS.
NIK. 195212231980031003

Tanggal 14 Desember 2019


SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* TERHADAP KEPUASAN,
KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TRAVELOKA DI
KOTA YOGYAKARTA

*THE EFFECT OF WEBSITE QUALITY ON SATISFACTION, TRUST AND
LOYALTY OF TRAVELOKA CUSTOMERS IN YOGYAKARTA CITY*

Diajukan oleh
GALANG BAGUS PERMADI
20120410234


Skripsi ini Telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 14 Desember 2019
Yang Terdiri dari



Susanto, Dr., MS.
Ketua Tim Penguji



Hasnah Rimiati, SE., M.Si.
Anggota Tim Penguji



Punang Amari Puja, SE., ST., M.IT.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui Kaprodi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D
NIK. 196304071991032001

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Galang Bagus Permadi

Nomor Mahasiswa : 20120410234

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “**PENGARUH KUALITAS WEBSITE TERHADAP KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TRAVELOKA DI KOTA YOGYAKARTA**” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 28 Februari 2019

Materai, 6.000,-



Galang Bagus Permadi

HALAMAN MOTTO

Failure occurs when we give up.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk bapak ibu saya tercinta, kakak saya Eko

Dewi Ratna Utami, dan adik saya Dhimas Wedharing Galih.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh kualitas *website* terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *nonprobability sampling* yaitu dengan metode *purposive sampling*. Jumlah responden yang digunakan adalah 164 responden yaitu pelanggan jasa layanan tiket/hotel Traveloka di Yogyakarta. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *software* AMOS 22. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas *website* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, kualitas *website* berpengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kualitas *website* berpengaruh positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan, kualitas *website* tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan kualitas *website* tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas melalui kepercayaan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Website, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to examine whether there is an influence of website quality on customer satisfaction, trust, customer loyalty. Sampling is done by nonprobability sampling technique that is by purposive sampling method. The number of respondents used was 164 respondents, namely customer service tickets/ Traveloka hotels in Yogyakarta. Data collection techniques in the form of questionnaires and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with the help of AMOS 22 software. The results of this study state that website quality has a positive effect on customer satisfaction, website quality has a positive effect on customer trust, customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty and trust customers do not have a positive effect on customer loyalty, website quality do not have a positive effect on customer loyalty, website quality has a positive effect on loyalty through customer satisfaction and website quality do not have a positive effect on loyalty through customer trust.

Keywords: *Website Quality, Customer Satisfaction, Customer Trust and Customer Loyalty*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah mengentaskan kita menuju jaman yang lebih baik. Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Rizal Yaya, S. E., M.Sc., Ph.D., Ak, CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati PA, M.Si, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Susanto, M. S. yang dengan penuh kesabaran telah membimbing dan memberikan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Kedua Orangtua serta keluarga besar yang tak kenal lelah mendukung dan membimbing penulis dalam menyelesaikan pendidikan S-1
5. Dan teman-teman yang selalu memotivasi

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 28 Februari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
B. Penelitian Terdahulu.....	15
C. Hipotesis Penelitian	19
D. Model Penelitian.....	26
BAB III. METODE PENELITIAN	28
A. Objek dan Subjek Penelitian	28

B. Populasi dan Sampel.....	28
C. Metode Pengambilan Sampel.....	29
D. Jenis Data.....	29
E. Teknik Pengumpulan Data	30
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian	31
G. Uji Kualitas Instrumen	42
H. Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis	43
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
B. Subjek Penelitian.....	51
C. Uji Statistik Deskriptif.....	54
D. Uji Kualitas Instrumen	55
E. Hasil Penelitian.....	56
F. Pembahasan	71
BAB V. SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....	80
A. Simpulan.....	80
B. Saran.....	80
C. Keterbatasan Penelitian	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Tingkat Konversi, Kunjungan Situs, Kesadaran Merek, dan Top of Mind pada Situs Pemesanan Hotel dan Tiket.....	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1. Skala Likert Lima Poin	31
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel Kualitas <i>Website</i>	32
Tabel 3.3. Definisi Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan	37
Tabel 3.4. Definisi Operasional Kepercayaan Pelanggan.....	39
Tabel 3.5. Definisi Operasional Variabel Loyalitas Pelanggan	41
Tabel 3.6. Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	46
Tabel 4.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia	52
Tabel 4.3. Karakteristik Responden berdasarkan Intensitas Pemakaian.....	53
Tabel 4.4. Batas Kategori.....	54
Tabel 4.5. Deskriptif Statistik Variabel Penelitian	55
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.7. Computation of degrees of freedom (Default model).....	59
Tabel 4.8. Uji Normalitas.....	60
Tabel 4.9. <i>Data Outliers</i>	62
Tabel 4.10. Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	62
Tabel 4.11. Hasil <i>Output Modification Indices</i>	63
Tabel 4.12. Hasil <i>Goodness of Fit</i> Setelah Modifikasi	64
Tabel 4.13. Nilai <i>Standardized Regression Model</i>	66
Tabel 4.14. <i>Standardized Direct Effects</i> Mediasi Kepuasan Pelanggan	67
Tabel 4.15. <i>Standardized Indirect Effects</i> Mediasi Kepuasan Pelanggan.....	67
Tabel 4.16. <i>Standardized Direct Effects</i> Mediasi Kepercayaan Pelanggan.....	67
Tabel 4.17. <i>Standardized Indirect Effects</i> Mediasi Kepercayaan Pelanggan	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian	26
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Perusahaan Traveloka	49
Gambar 4.2. Sumber Daya IT Traveloka.com	51
Gambar 4.3. Diagram Jalur Penelitian	57
Gambar 4.4. Persamaan Struktural Penelitian	58
Gambar 4.5. Hasil Uji Hipotesis	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 2. Data Responden.....	92
Lampiran 3. Hasil Uji Deskriptif Responden	101
Lampiran 4. Hasil Uji Deskriptif Variabel.....	103
Lampiran 5. Hasil Uji CFA	105
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas	113
Lampiran 7. Hasil Uji Normalitas.....	115
Lampiran 8. Hasil Uji Outlier	117
Lampiran 9. Hasil Uji Goodness of Fit	120
Lampiran 10. Modifikasi Model Struktural	123
Lampiran 11. Hasil Uji Hipotesis	130
Lampiran 12. Hasil <i>Direct</i> and <i>Indirect Effects</i>	132