

LAPORAN THESIS

PENGARUH WEBSITE DESIGN, E-TRUST, DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE



HETTY SRI HARYANTI

18.D3.0067

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2023

LAPORAN THESIS
PENGARUH WEBSITE DESIGN, E-TRUST, DAN E-SERVICE
QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA
ONLINE

Diajukan dalam Rangka Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Magister Manajemen



HETTY SRI HARYANTI

18.D3.0067

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG
2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hetty Sri Haryanti, SE, Akt

NIM : 18.D3.0067

Progdi / Konsentrasi : Magister Manajemen / Manajemen Pemasaran

Fakultas : Ekonomi & Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tesis dengan judul Pengaruh Website Design, E-Trust, dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi pada Kopi Janji Jiwa Tembalang, Semarang) bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Semarang, 17 Pebruari 2023

Yang menyatakan,



[Hetty Sri Haryanti, SE, Akt]



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir: : PENGARUH WEBSITE DESIGN, E-TRUST, DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Diajukan oleh : HETTY SRI HARYANTI

NIM : 18.D3.0067

Tanggal disetujui : 17 Januari 2023

Telah setuju oleh

Pembimbing 1 : Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah M.Si.

Penguji 1 : Dra. My. Dwi Hayu Agustini M.B.A., P.hD

Penguji 2 : Dr. Berta Bakti Retnawati S.E., M.Si.

Penguji 3 : Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah M.Si.

Penguji 4 : Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah M.Si.

Ketua Program Studi : Dra. My. Dwi Hayu Agustini M.B.A., P.hD

Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=18.D3.0067

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hetty Sri Haryanti, SE, Akt

Program Studi : Magister Manajemen

Fakultas : Ekonomi & Bisnis

Jenis Karya : Laporan Thesis

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul:

” PENGARUH WEBSITE DESIGN, E-TRUST, DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 17 Pebruari 2023

Yang menyatakan



Hetty Sri Haryanti, SE, Akt

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas rahmat Tuhan YME sehingga Tesis dengan judul "Pengaruh *Website Design*, *E-Trust*, dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* (Studi Pada Kopi Janji Jiwa di Tembalang Semarang)" dapat terselesaikan. Dan pada kesempatan ini, tidak lupa ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Suami dan anak yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Ibu Dra. My. Dwi Hayu Agustini M.B.A., Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Unika Soegijapranata Semarang, sekaligus Koordinator Dosen Penguji yang dengan setia dan konsisten memberikan masukan-masukan selama proses pengerjaan tugas akhir ini.
3. Ibu DR. Retno Yustini Wahyuningdyah., M.SI selaku Dosen Pembimbing saya yang selalu sabar dalam membimbing dan mengarahkan dari awal proses pembuatan proposal sampai dengan selesainya tugas akhir ini.
4. Ibu DR. Berta Berti Retnawati, SE., M.SI. selaku Dosen Penguji yang senantiasa memberikan masukan-masukan yang berharga untuk penyempurnaan hasil tugas akhir ini.

5. Bapak Robertus Kris Hartono selaku sahabat dan kedua kakakku yang tercinta Lusiana Himawan dan Budi Handjojo yang selalu memberikan support tanpa henti selama proses pengerjaan tugas akhir ini.

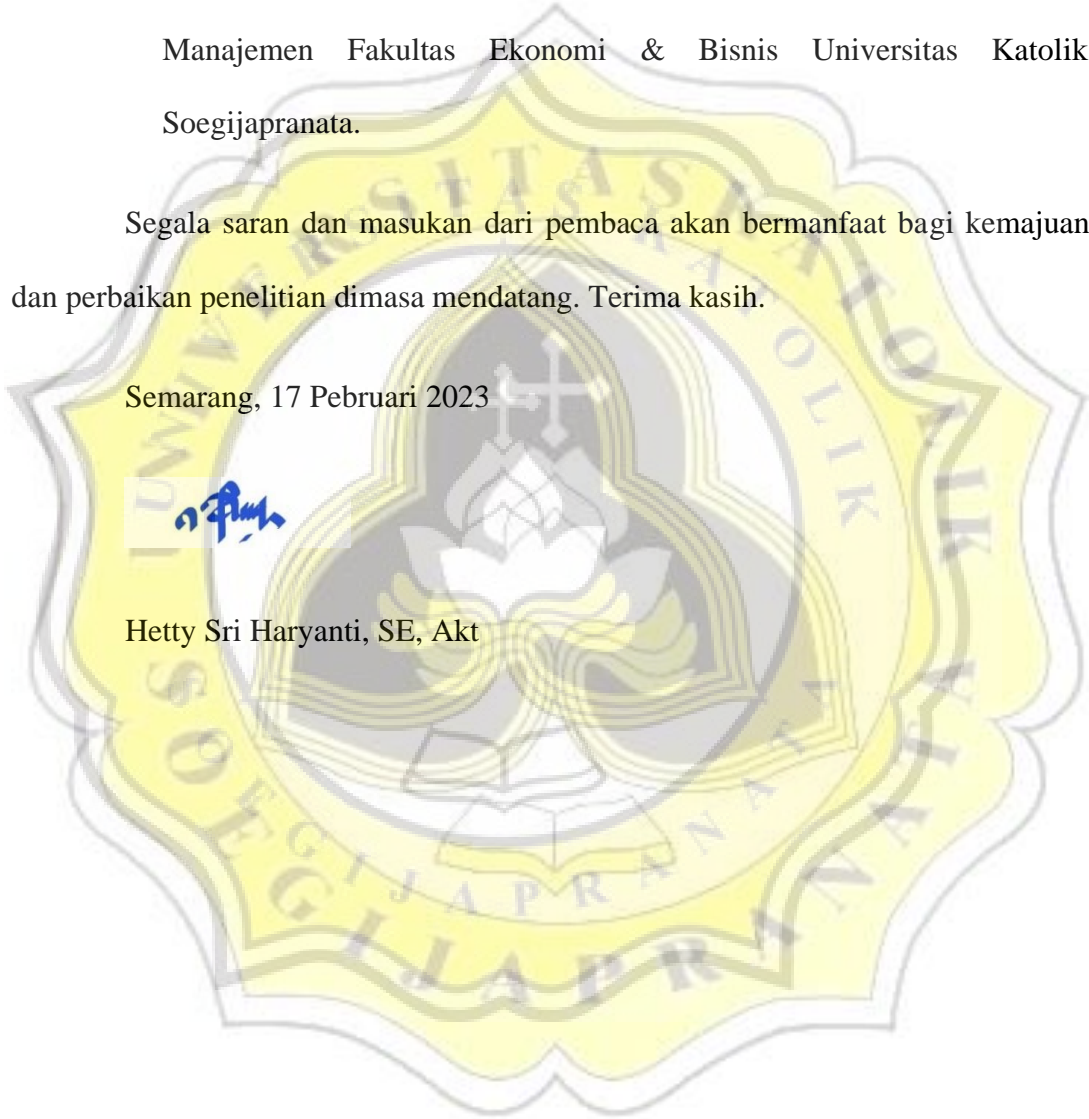
6. Rekan kerja seprofesi dan seluruh civitas akademika Magister Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.

Segala saran dan masukan dari pembaca akan bermanfaat bagi kemajuan dan perbaikan penelitian dimasa mendatang. Terima kasih.

Semarang, 17 Pebruari 2023



Hetty Sri Haryanti, SE, Akt



ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul Pengaruh *Website Design, E-Trust, dan E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online*. (Studi Pada Kopi Janji Jiwa Tembalang, Semarang). Tujuan dalam penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *website design, e-trust* dan *e-service quality* baik secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan di Kopi Janji Jiwa Tembalang, Semarang dengan 86 responden. Kegunaan penelitian ini sebagai masukan kepada pihak manajemen untuk meningkatkan keputusan pembelian online pada Kopi Janji Jiwa Tembalang Semarang dan sebagai referensi bagi kalangan akademisi untuk penelitian selanjutnya sehingga menjadi rujukan jurnal bagi penelitian mendatang yang terkait dengan keputusan pembelian.

Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan persamaan kuadrat terkecil, koefisien determinasi dan uji hipotesis menggunakan t-statistik untuk menguji koefisien regresi parsial serta f-statistik untuk menguji keberartian pengaruh secara bersama-sama dengan *level of significance* 5%.

Hasil penelitian ini menunjukkan *website design* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Arah koefisien regresi positif menunjukkan adanya pengaruh hubungan yang searah *website design* terhadap keputusan pembelian. *E-trust* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Arah koefisien regresi positif menunjukkan adanya pengaruh hubungan yang searah *e-trust* terhadap keputusan pembelian, dan *e-service quality* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Arah koefisien regresi positif menunjukkan adanya pengaruh hubungan yang searah *e-service quality* terhadap keputusan pembelian. *Website design, e-trust dan e-service quality* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* secara parsial dan simultan.

Nilai koefisien determinasi ditunjukkan dengan nilai Adjusted R square (R²) yaitu sebesar 0,478. Hal ini mengindikasikan bahwa 47,8% keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh *website design, e-trust* dan *e-service quality*, sedangkan selebihnya 52,2% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam model ini. Rekomendasi untuk penelitian mendatang dapat menambahkan variabel *customer loyalty* dan *lifestyle-oriented* yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan perlu menambahkan outlet sebagai objek penelitian di wilayah lain dengan menggunakan metode pengumpulan data responden secara *online* serta menggunakan pembandingan untuk mengetahui posisi Kopi Janji Jiwa dengan meneliti Kopi Kenangan, Kopi Lain Hati dan lain sebagainya.

Kata Kunci: *Website Design, E-Trust, E-Service quality* dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research is entitled *The Effect of Website Design, E-Trust, and E-Service Quality on Online Purchasing Decisions. (Study on Kopi Janji Jiwa Tembalang, Semarang)*. The purpose of this study is to analyze the influence of website design, e-trust and e-service quality both partially and simultaneously on purchasing decisions. This research was conducted at Kopi Janji Jiwa Tembalang, Semarang with 86 respondents. The use of this research is as input to the management to improve online purchase decisions at Kopi Janji Jiwa Tembalang Semarang and as a reference for academics for further research so that it becomes a journal reference for future research related to purchasing decisions.

The analysis techniques used are multiple linear regression with the least-squares equation, coefficient of determination and hypothesis test using t-statistics to test partial regression coefficients as well as f-Statistics to test the significance of the influence together with a level of significance of 5%.

The results of this study show that website design has a positive effect on purchasing decisions. The direction of the positive regression coefficient indicates the influence of a unidirectional relationship of website design on purchasing decisions. E-trusts positively influence purchasing decisions. The direction of the positive regression coefficient indicates the influence of the unidirectional relationship of e-trust on purchasing decisions, and e-service quality has a positive influence on purchasing decisions. The direction of the positive regression coefficient indicates the influence of a unidirectional relationship of e-service quality on purchasing decisions. Website design, e-trust and e-service quality have a significant effect on online purchasing decisions partially and simultaneously.

The value of the coefficient of determination is indicated by the value of the Adjusted R square (R^2) which is 0.478. This indicates that 47.8% of purchasing decisions can be influenced by website design, e-trust, and e-service quality, while the remaining 52.2 % of purchasing decisions are influenced by other variables that are not included in this model. Recommendations for future research can add customer loyalty and lifestyle-oriented variables that can influence purchasing decisions and need to add outlets as research objects in other regions by using online respondent data collection methods and using comparisons to find out the position of Janji Jiwa Coffee by researching Kopi Kenangan, Kopi Lain Hati and so on.

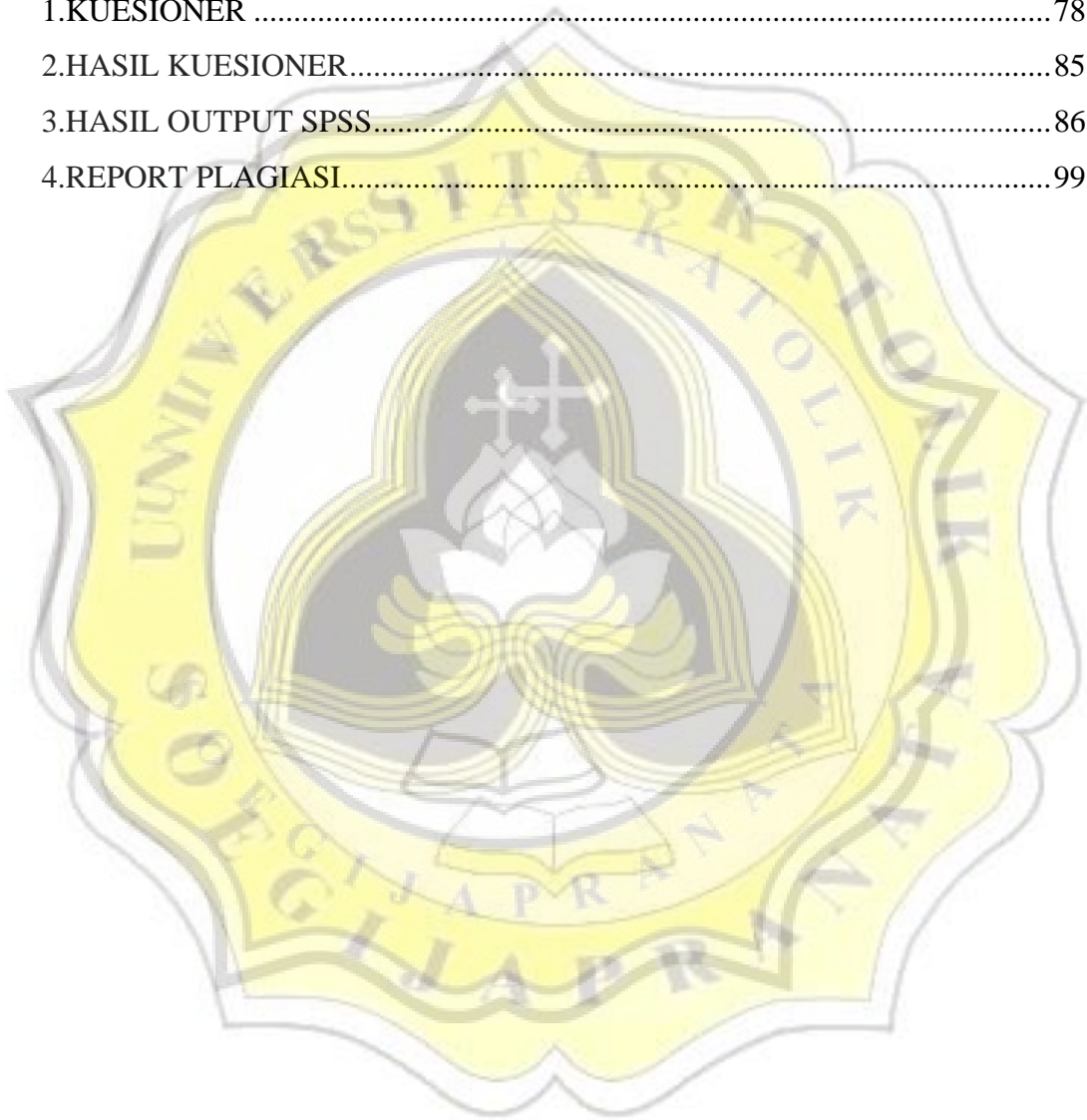
Keywords: Website Design, E-Trust, E-Service quality and Purchase Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	10
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	10
2.1.3 Manfaat Perilaku Konsumen	12
2.1.4. Teori Planned Behavior	12
2.2. Keputusan Pembelian.....	13
2.3. Website Design.....	15
2.4. E trust.....	16
2.5. E Service.....	18
2.6. Pengaruh antar Variabel	20
2.6.1. Pengaruh <i>Website Design</i> terhadap Keputusan pembelian <i>online</i>	20
2.6.2. Pengaruh <i>E trust</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i>	21

2.6.3. Pengaruh <i>E- Service quality</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.7. Kerangka Pikir Teoritis	24
2.8. Perumusan Hipotesis	25
2.9. Definisi Operasional Variabel	25
BAB III.....	28
METODE PENELITIAN.....	28
3.1. Populasi dan Sampel.....	28
3.1.1. Populasi.....	28
3.1.2. Sampel	28
3.2. Jenis dan Sumber Data	30
3.3. Metode Pengumpulan Data	30
3.4. Uji Alat Pengumpul Data	31
3.5. Metode Analisis Data	34
3.5.1. Analisis Deskriptif.....	34
3.5.2. Analisis Inferensial	36
3.5.3 Pengujian Hipotesis	37
BAB IV	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Karakteristik Responden	39
4.2 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	44
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i>	44
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Web Design</i> (X_1).....	46
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Trust</i> (X_2).....	47
4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Service Quality</i> (X_3).....	49
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.4 Pengujian Hipotesis	52
4.4.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	52
4.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	56
4.4.3 Analisis Koefisien Determinasi	57
4.4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	58
BAB V.....	70

PENUTUP.....	70
5.1. Kesimpulan.....	70
5.2. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	78
1.KUESIONER	78
2.HASIL KUESIONER.....	85
3.HASIL OUTPUT SPSS.....	86
4.REPORT PLAGIASI.....	99



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tingkat Belanja secara <i>Online</i> pada Masyarakat Indonesia Tahun 2018 - 2020.....	4
Tabel 2. 1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator	25
Tabel 3. 1 Hasil Pengujian Validitas.....	32
Tabel 3. 2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	34
Tabel 4. 1 Demografi Responden.....	39
Tabel 4. 2 Waktu Berkunjung Website	41
Tabel 4. 3 Produk Yang Paling Sering Dibeli Online.....	42
Tabel 4. 4 Ukuran Produk Minuman Yang Sering Dibeli Online.....	42
Tabel 4. 5 Mengetahui Website Kopi Janji Jiwa.....	43
Tabel 4. 6 Hari Berkunjung ke Website Kopi Janji Jiwa.....	43
Tabel 4. 7 Personil Yang Menemani Ketika Berkunjung Ke Website	44
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i>	45
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap <i>Web Design</i> (X_1).....	46
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Trust</i> (X_2).....	48
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Service Quality</i> (X_3).....	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 4.13 Uji-F.....	57
Tabel 4.14 Analisis Koefisien Determinasi	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir Penelitian.....24

