

PENGARUH *EFFORT EXPECTANCY*, *PERFORMANCE EXPECTANCY*, *SELF-EFFICACY*, *TRUST* TERHADAP *SATISFACTION* DAN *INTENTION TO REPURCHASE* KONSUMEN PLZAKAMERA.COM DI SURABAYA



OLEH:

**ALVIN WILLIYANTO
3103014300**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018**

HALAMAN JUDUL

PENGARUH *EFFORT EXPECTANCY*, *PERFORMANCE EXPECTANCY*, *SELF-EFFICACY*, *TRUST* TERHADAP *SATISFACTION* DAN *INTENTION TO REPURCHASE* KONSUMEN PLZAKAMERA.COM DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

Oleh:
ALVIN WILLIYANTO
3103014300

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH EFFORT EXPECTANCY, PERFORMANCE
EXPECTANCY, SELF-EFFICACY, TRUST TERHADAP
SATISFACTION DAN INTENTION TO REPURCHASE
KONSUMEN PLZAKAMERA.COM DI SURABAYA**

Oleh:
ALVIN WILLIYANTO
3103014300

Telah disetujui dan diterima dengan baik
Untuk diajukan kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.SI
NIK. 311.95.0228

Tanggal: 13 Juli 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Alvin Williyanto NRP 3103014300 Telah diuji pada tanggal 2 Agustus 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

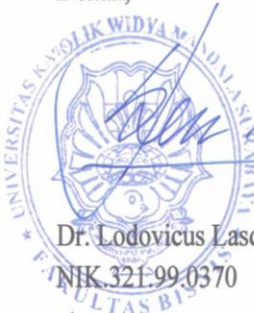
Ketua Tim Penguji :



Dr. Lydia Ari Widyarini, S.E., M.M.
NIK. 311.92.0183

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc
NIK.311.11.0678

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alvin Williyanto
NRP : 3103014300
Judul Skripsi : Pengaruh *Effort Expectancy*, *Performance Expectancy*, *Self-Efficacy*, *Trust* Terhadap *Satisfaction* dan *Intention To Repurchase* Konsumen Plazakamera.com di Surabaya

Menyatakan tugas akhir skripsi ini merupakan karya tulis sendiri. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarisme*, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 28 Juni 2018

Yang menyatakan,

Alvin Williyanto



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas berkat, anugerah dan kasih karunia-Nya yang telah dilimpahkan-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Effort Expectancy*, *Performance Expectancy*, *Self-Efficacy*, *Trust* Terhadap *Satisfaction* dan *Intention To Repurchase* Konsumen Plazakamera.com di Surabaya.” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini juga dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan serta dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing I. Terima kasih banyak atas waktu yang telah diluangkan, bimbingan, kesabaran, pengertian serta masukan-masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Christofera Marliana Junaedi, S.E., M.Si. selaku dosen wali selama masa perkuliahan. Terima kasih atas motivasi dan semangat yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Seluruh dosen yang selama masa perkuliahan telah memberikan berbagai ilmu dan pengetahuan kepada penulis yang dapat membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Orang tua dan segenap keluarga yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil, kasih sayang, dan doanya sehingga penulis

memiliki semangat hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

7. Sahabat terkasih saya yang selama ini telah menemani penulis dan membantu dalam setiap proses akademik (Morena Vallita Sugiharto, Novia Sanjaya, Yunique Agustin, Marta Munthe, Noor Isnaini Hanifah, Fasa Handika, dan Aloysius Yesa).
8. Rekan-rekan mahasiswa, responden dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu di dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi kepentingan masyarakat luas dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada khususnya.

Surabaya, Juni 2018

Alvin Williyanto

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH . | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| ABSTRAK | xv |
| <i>ABSTRACT</i> | xvi |
| BAB 1 PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.5. Sistematika Penulisan | 8 |
| BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN..... | 10 |
| 2.1. Penelitian Terdahulu | 10 |
| 2.2. Landasan Teori..... | 14 |
| 2.2.1. <i>Intention to Repurchase</i> | 14 |
| 2.2.2. <i>Satisfaction</i> | 16 |
| 2.2.3. <i>Trust</i> | 20 |
| 2.2.4. <i>Self-efficacy</i> | 21 |
| 2.2.5. <i>Unified of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT)..... | 23 |
| 2.2.6. <i>Performance Expectancy</i> | 25 |
| 2.2.7. <i>Effort Expectancy</i> | 25 |
| 2.3. Hubungan Antar Variabel | 26 |
| 2.3.1. <i>Effort expectancy</i> terhadap <i>Satisfaction</i> | 26 |
| 2.3.2. <i>Performance expectancy</i> terhadap <i>Satisfaction</i> | |

| | |
|---|-----------|
| | 27 |
| 2.3.3. <i>Self-efficacy</i> terhadap <i>Satisfaction</i> | 27 |
| 2.3.4. <i>Trust</i> terhadap <i>Satisfaction</i> | 27 |
| 2.3.5. <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Intention to repurchase</i> | 28 |
| 2.4. Model Penelitian | 29 |
| 2.5. Hipotesis Penelitian | 30 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN | 31 |
| 3.1. Desain Penelitian | 31 |
| 3.2. Identifikasi Variabel..... | 31 |
| 3.3. Definisi Operasional Variabel..... | 32 |
| 3.3.1. <i>Effort expectancy</i> | 32 |
| 3.3.2. <i>Performance expectancy</i> | 33 |
| 3.3.3. <i>Self-efficacy</i> | 33 |
| 3.3.4. <i>Trust</i> | 34 |
| 3.3.5. <i>Satisfaction</i> | 34 |
| 3.3.6. <i>Intention to repurchase</i> | 34 |
| 3.4. Jenis Data dan Sumber Data | 35 |
| 3.4.1. Jenis Data..... | 35 |
| 3.4.2. Sumber Data | 35 |
| 3.5. Pengukuran Variabel..... | 36 |
| 3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data | 36 |
| 3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel | 37 |
| 3.7.1. Populasi | 37 |
| 3.7.2. Sampel | 37 |
| 3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel | 38 |
| 3.8. Teknik Analisis Data..... | 39 |
| 3.8.1. Uji Normalitas Data..... | 39 |
| 3.8.2. Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 40 |
| 3.8.3. Uji Kecocokan Keseluruhan Model..... | 41 |
| 3.8.4. Uji Kecocokan Model Struktural..... | 42 |
| 3.8.5. Uji Hipotesis | 42 |

| | |
|---|----|
| BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN..... | 44 |
| 4.1 Karakteristik Responden..... | 44 |
| 4.1.1 Berdasarkan Pernah Berbelanja di Plazakamera.com dalam 1 Tahun Terakhir..... | 44 |
| 4.1.2 Berdasarkan Domisili Responden..... | 45 |
| 4.1.3 Berdasarkan Usia Responden | 45 |
| 4.1.4 Berdasarkan Jenis Kelamin Responden..... | 46 |
| 4.1.5 Berdasarkan Jenjang Akhir Pendidikan Responden | 47 |
| 4.1.6 Berdasarkan Pekerjaan Responden..... | 47 |
| 4.1.7 Berdasarkan Penghasilan Responden | 48 |
| 4.1.8 Berdasarkan Frekuensi Berbelanja di Plazakamera.com dalam 1 Tahun Terakhir . | 49 |
| 4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian..... | 50 |
| 4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Effort Expectancy</i> (X1) | 51 |
| 4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Performance Expectancy</i> (X2)..... | 52 |
| 4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Self-Efficacy</i> (X3) | 53 |
| 4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Trust</i> (X4) | 54 |
| 4.2.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Satisfaction</i> (Y1) | 55 |
| 4.2.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Intention to Repurchase</i> (Y2)..... | 56 |
| 4.3 Uji Asumsi SEM..... | 57 |
| 4.3.1 Uji Validitas..... | 57 |
| 4.3.2 Uji Normalitas Data..... | 58 |
| 4.3.3 Uji Reliabilitas | 60 |
| 4.3.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model..... | 61 |
| 4.4 Persamaan Struktural | 62 |
| 4.5 Pengujian Hipotesis | 66 |

DAFTAR TABEL

| | |
|------------|---|
| Halaman | |
| Tabel 2.1 | Perbandingan Penelitian Terdahulu 12 |
| Tabel 3.1 | Indeks Kecocokan Model Data 41 |
| Tabel 4.1 | Pernah Berbelanja di Plazakamera.com dalam 1 Tahun Terakhir..... 44 |
| Tabel 4.2 | Domisili Responden..... 45 |
| Tabel 4.3 | Berdasarkan Usia Responden..... 45 |
| Tabel 4.4 | Jenis Kelamin Responden 46 |
| Tabel 4.5 | Jenjang Akhir Pendidikan Responden 47 |
| Tabel 4.6 | Pekerjaan Responden 47 |
| Tabel 4.7 | Penghasilan Responden..... 48 |
| Tabel 4.8 | Frekuensi Berbelanja di Plazakamera.com dalam 1 Tahun Terakhir..... 49 |
| Tabel 4.9 | Interval Rata – Rata Skor 50 |
| Tabel 4.10 | Statistik Deskriptif Variabel <i>Effort Expectancy</i> (X1) 51 |
| Tabel 4.11 | Statistik Deskriptif Variabel <i>Performance Expectancy</i> (X2) 52 |
| Tabel 4.12 | Statistik Deskriptif Variabel <i>Self-Efficacy</i> (X3)..... 53 |
| Tabel 4.13 | Statistik Deskriptif Variabel <i>Trust</i> (X4)..... 54 |
| Tabel 4.14 | Statistik Deskriptif Variabel <i>Satisfaction</i> (Y1) 55 |
| Tabel 4.15 | Statistik Deskriptif Variabel <i>Intention to Repurchase</i> (Y2) 56 |
| Tabel 4.16 | Hasil Uji Validitas..... 57 |
| Tabel 4.17 | Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> 58 |
| Tabel 4.18 | Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> 60 |
| Tabel 4.19 | Hasil Uji Reliabilitas 61 |
| Tabel 4.20 | Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model..... 62 |
| Tabel 4.21 | Persamaan Struktural 63 |
| Tabel 4.22 | Pengujian Hipotesis 68 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 2.1 Model UTAUT | 24 |
| Gambar 2.2 Model Penelitian | 29 |
| Gambar 4.1 <i>Path Diagram (T-Value)</i> | 67 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif Variabel
- Lampiran 5. Uji Reliabilitas
- Lampiran 6. Uji Normalitas
- Lampiran 7. Output Lisrel
- Lampiran 8. Gambar

PENGARUH *EFFORT EXPECTANCY*, *PERFORMANCE EXPECTANCY*, *SELF-EFFICACY*, *TRUST* TERHADAP *SATISFACTION* DAN *INTENTION TO REPURCHASE* KONSUMEN PLAZAKAMERA.COM DI SURABAYA

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), efikasi diri (*self-efficacy*) dan kepercayaan (*trust*) terhadap kepuasan (*satisfaction*) dan niat untuk membeli kembali (*intention to repurchase*) *e-commerce* Plazakamera.com di Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan cara purposive sampling. Sampel yang digunakan sebesar 161 responden. Data dikumpulkan dengan instrumen kuesioner dan selanjutnya diolah dengan teknik analisis Struktural Equation Model (SEM) dengan menggunakan program Lisrel 8.70.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *self-efficacy* dan *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *satisfaction*. Variabel *satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *intention to repurchase*. Dengan demikian hipotesisi 1, 2, 3, 4 dan 5 diterima.

Kata Kunci: *Performance expectancy*, *Effort expectancy*, *Self-efficacy*, *Trust*, *Satisfaction*, *Intention to repurchase*

PENGARUH *EFFORT EXPECTANCY*, *PERFORMANCE EXPECTANCY*, *SELF-EFFICACY*, *TRUST* TERHADAP *SATISFACTION* DAN *INTENTION TO REPURCHASE* KONSUMEN PLZAKAMERA.COM DI SURABAYA

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the effect of performance expectancy, effort expectancy, self-efficacy and trust towards satisfaction and intention to repurchase e-commerce Plzakamera.com in Surabaya. This research is a causal research. Sampling technique using non-probability sampling by purposive sampling. The sample used is 161 respondents. Data were collected by questionnaire instrument and then processed by Structural Equation Model (SEM) technique using Lisrel 8.70 program.

The results of this study indicate that the variables of performance expectancy, effort expectancy, self-efficacy and trust have a positive and significant effect on the satisfaction variable. The satisfaction variable has a positive and significant effect on intention to repurchase variable. The hypothesis 1, 2, 3, 4 and 5 are supported.

Keywords: Performance expectancy, Effort expectancy, Self-efficacy, Trust, Satisfaction, Intention to repurchase