

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MENGGUNAKAN
KEMBALI *E-COMMERCE* DENGAN PENDEKATAN MODEL KESUKSESAN
SISTEM INFORMASI**

SKRIPSI

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Jurusan Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



Oleh :

Nama : Agus Heryanto
Nomor Mahasiswa : 12311170
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2017

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain 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 dan disebutkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 21 Febuari 2017

Penulis,



HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MENGGUNAKAN
KEMBALI *E-COMMERCE* DENGAN PENDEKATAN MODEL KESUKSESAN
SISTEM INFORMASI**

Diajukan Oleh :

Nama : Agus Heryanto

Nomor Mahasiswa : 12311170

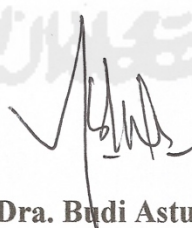
Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 21 Febuari 2017

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Dra. Budi Astuti, M.Si.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MENGGUNAKAN KEMBALI E-COMMERCE DENGAN PENDEKATAN MODEL KESUKSESAN SISTEM INFORMASI

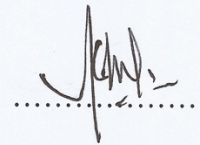
Disusun Oleh : **AGUS HERYANTO**

Nomor Mahasiswa : **12311170**

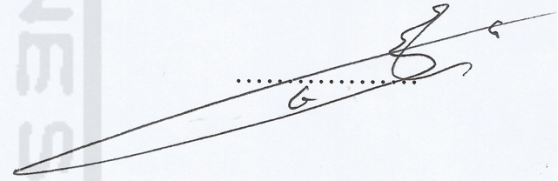
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Senin, tanggal: 13 Maret 2017

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Budi Astuti, Dra., M.Si.

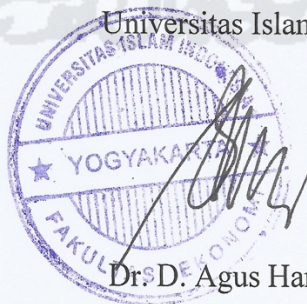


Penguji : Albari, Drs., M.Si



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

HALAMAN PERSEMBAHAN

**Puji syukur kehadirat Allah SWT
atas segala limpahan rahmat dan karunia yang diberikan,
kupersembahkan skripsi ini kepada kedua orang tuaku
yang selalu memberikan kasih sayang, tanpa henti
memberikan dorongan yang begitu luar biasa sampai detik ini,
serta selalu mendoakan kesuksesan dan kebahagiaanku.**



HALAMAN MOTTO

“Barangsiapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri.”

(QS Al-Ankabut : 6)

“Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

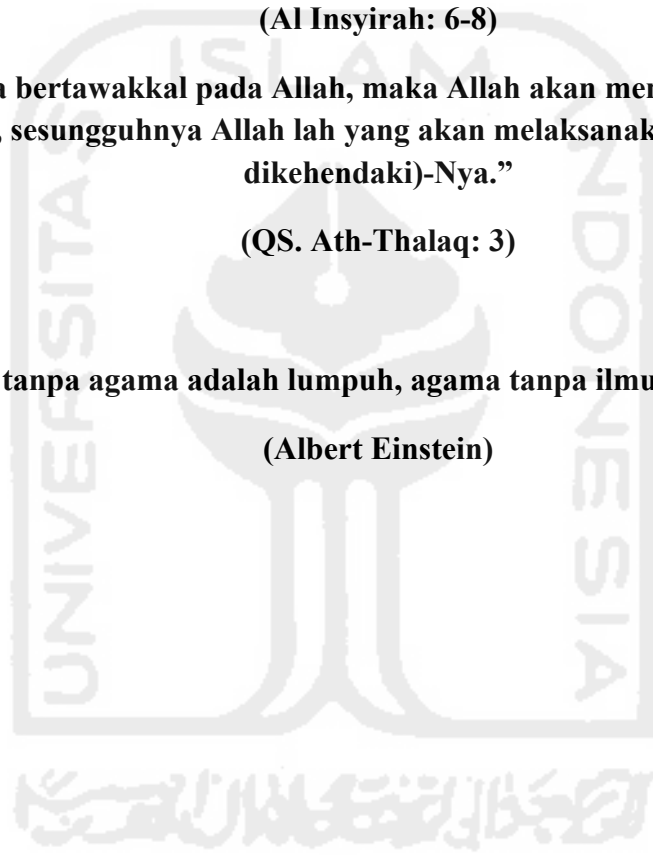
(Al Insyirah: 6-8)

“Barangsiapa bertawakkal pada Allah, maka Allah akan memberikan kecukupan padanya, sesungguhnya Allah lah yang akan melaksanakan urusan (yang dikehendaki)-Nya.”

(QS. Ath-Thalaq: 3)

“Ilmu tanpa agama adalah lumpuh, agama tanpa ilmu adalah buta”

(Albert Einstein)



ABSTRAK

Sistem Informasi saat ini sangat penting bagi perusahaan dalam menjalankan keberlangsungan bisnisnya sesuai dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat. Banyak perusahaan menginvestasikan modalnya yang besar untuk sistem informasi agar mereka dapat menjalankan bisnisnya dengan teknologi yang dapat berpengaruh kedalam kesuksesan bisnisnya. Hubungan dalam menjalankan bisnis secara global dengan sistem informasi adalah tidak lepas dari hadirnya teknologi internet sebagai tren komunikasi didunia internasional yang dapat mengurangi biaya oprasional dan transaksi bisnis. Teknologi Informasi dapat dimanfaatkan untuk sarana perdagangan secara elektronik atau dikenal sebagai *e-commerce*. Dengan adanya peningkatan para pengguna *e-commerce* di Indoensia melatar belakangi munculnya berbagai perusahaan *online shopping* untuk memasarkan produk atau jasa secara *online*. Dengan adanya *e-commerce* perusahaan dapat menghemat biaya, waktu dan tenaga dalam menjalankan bisnisnya karena dengan menggunakan *e-commerce* perusahaan tidak perlu membuka toko fisik untuk menjual produknya dan juga dapat mengirimkan informasi, promosi produk serta bertransaksi dengan konsumen tanpa bertemu langsung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Faktor-faktor yang mempengaruhi niat menggunakan kembali *e-commerce*. Sampel yang digunakan pada penleitian ini adalah sejumlah 240 responden yang merupakan pengguna *e-commerce*. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) yang dioperasikan melalui program AMOS (*Analysist of Moment Structure*).

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa 1) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas informasi terhadap persepsi nilai pada pengguna *e-commerce*, 2) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas sistem terhadap persepsi nilai pada pengguna *e-commerce*, 3) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap persepsi nilai pada pengguna *e-commerce*, 4) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas informasi terhadap kepuasan pada pengguna *e-commerce*, 5) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas sistem terhadap kepuasan pada pengguna *e-commerce*, 6) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada pengguna *e-commerce*, 7) tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel persepsi nilai terhadap kepuasan pengguna pada *e-commerce*, 8) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel persepsi nilai terhadap niat menggunakan kembali *e-commerce* dan 9) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kepuasan terhadap niat menggunakan kembali *e-commerce*.

Kata Kunci: *E-commerce* , Niat Menggunakan Kembali, Sistem Informasi.

ABSTRACT

Information systems today are very important for the company in running the business sustainability in accordance with the development of information technology is rapidly increasing. Many companies invest huge capital for information systems so that they can run the business with technology that may impact upon the success into business. Relationship of doing business in global terms with the information system is not separated from the presence of Internet technology as a trend in the world of international communication which can reduce operational costs and business transactions. Information technology can be used for electronic trading facilities, or known as E-Commerce. With the increase of e-commerce users in Indonesia background for the emergence of online shopping company to market a product or service online. Companies not need opens physical stores to sell their products review and also can be send information, promotional products and transactions with consumers without direct met. The purpose of this study was to determine the factors that influence the intention of reuse e-commerce. The sample used in the studies are a number of 240 respondents who are users of e-commerce. Data analysis techniques used in this study is SEM (Structural Equation Modelling) operated by AMOS program (Analysist of Moment Structure).

The results of this study concluded that 1) there is positive and significant effect of variable information quality on the perception value in the e-commerce, 2) there is a positive and significant effect of variable quality system on the perceived value in the e-commerce, 3) there is positive and significant effect of variable service quality on the perception value in the e-commerce, 4) there is positive and significant effect of variable information quality on the user satisfaction in the e-commerce, 5) there is a positive and significant effect of variable quality system on the user satisfaction in the e-commerce, 6) there is positive and significant effect of variable service quality on the user satisfaction in the e-commerce, 7) has no positive and significant effect of variable perceived value on the user satisfaction in the e-commerce, 8) there is positive and significant effect of variable perceived value on the intention to reuse e-commerce and 9) there is positive and significant effect of variables user satisfaction on the intention to reuse e-commerce.

Keywords: E-commerce, Intention to reuse, information system.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Kembali *E-Commerce* Dengan Pendekatan Model Kesuksesan Sistem Informasi yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi, jurusan Manajemen, Universitas Islam Indonesia.

Dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini, penulis tidak dapat lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak baik dukungan moril maupun materil yang dicurahkan kepada penulis. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat, hidayah, dan Karunia-Nya yang tercurah tanpa henti di setiap hela nafas umat-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Budi Astuti, M.Si. sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahnya dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi.
3. Bapak Dr. Drs. Dwiprptono Agus Hardjito, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dr. Drs. Sutrisno, MM. selaku Ketua Prodi Jurusan Manajemen.

5. Ibu Suhartini, Dra., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Seluruh dosen yang telah menyampaikan ilmunya kepada penulis selama ini, semoga ilmu yang diberikan bermanfaat khususnya bagi penulis. Amin.
7. Segenap staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia atas bantuannya selama penulis menjalani proses perkuliahan.
8. Ayah H Kamto dan Ibu Hj Fatonah, serta adik Fitka Dwi Oktavia.
9. Bapak mertua H Ahmad Syamsuri, Ibu mertua Hj Farchah Noor Hidayah, isteri tercinta yang selalu memberikan dukungan Faiqotun Najihah berserta kedua adiknya Aisyah Salsabila dan Fatma Zahra Maulidia.
10. Teman kost saya selama kuliah di jogja Jun Wei Chen yang selalu membimbing saya.
11. Teman-teman Genk's aduh enak Giri, Panzi, Bayu, Aritel, Dede yang selalu membantu dan menemani.
12. Teman-teman satu bimbingan Bu Budi, Aldira, Arum, Ratna, Ova, Fafan, Gilang, Haninggar.
13. Teman-teman Genk's Welly Mujib, Danies, Dafis, Dika, Akbar, Dimas dan Jimen yang selalu menemani dan membantu.
14. Seluruh teman-teman di Fakultas Ekonomi UII khususnya angkatan 2012 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
15. Keluarga besar Agus Putra Ban Cirebon.
16. Semua pihak yang ikut berpartisipasi dalam proses penyelesaian penelitian, yang telah membantu penulis baik responden yang telah mengisi kuesioner, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian, Aamiin.

Akhir kata, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak dengan harapan agar bermanfaat bagi yang berkepentingan. Semoga skripsi ini

dapat dijadikan khasanah pustaka yang mampu membantu kemajuan ilmu pengetahuan dan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 21 Febuari 2017



Agus Heryanto

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------|
| HALAMAN SAMPUL DEPAN SKRIPSI..... | i |
| HALAMAN JUDUL SKRIPSI | ii |
| PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI | iv |
| BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| HALAMAN MOTTO..... | vii |
| ABSTRAK..... | viii |
| ABSTRACT..... | viii |
| KATA PENGANTAR | x |
| DAFTAR ISI..... | xiii |
| DAFTAR TABEL..... | xvi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 6 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA..... | 8 |

| | | |
|---------------------------------|--|----|
| 2.1 | Landasan Teori | 8 |
| 2.1.1 | <i>E-commerce</i> | 8 |
| 2.1.2 | Niat Menggunakan Kembali <i>E-commerce</i> | 10 |
| 2.1.3 | Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone and McLean..... | 11 |
| 2.1.4 | Faktor-Faktor yang mempengaruhi Niat Menggunakan Kembali . | 16 |
| 2.2 | Pengembangan Hipotesis | 19 |
| 2.2.1 | Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Persepsi Nilai | 19 |
| 2.2.2 | Hubungan Antara Kualitas Informasi, Kualitas Sistem dan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pengguna..... | 21 |
| 2.2.3 | Hubungan Antara Persepsi Nilai terhadap Kepuasan | 22 |
| 2.2.4 | Hubungan Antara Persepsi Nilai dan Kepuasan Pengguna dengan Niat Menggunakan Kembali..... | 23 |
| 2.3 | Model Penelitian..... | 24 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 25 |
| 3.1 | Lokasi Penelitian | 25 |
| 3.2 | Definisi Oprasional Variable..... | 25 |
| 3.3 | Jenis dan Teknik Pengumpulan Data | 27 |
| 3.3.1 | Jenis Data | 27 |
| 3.3.2 | Teknik Pengumpulan Data..... | 27 |
| 3.4 | Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen | 28 |
| 3.4.1 | Uji Validitas | 28 |
| 3.4.2 | Uji Reliabilitas | 30 |
| 3.5 | Populasi dan Sample | 31 |

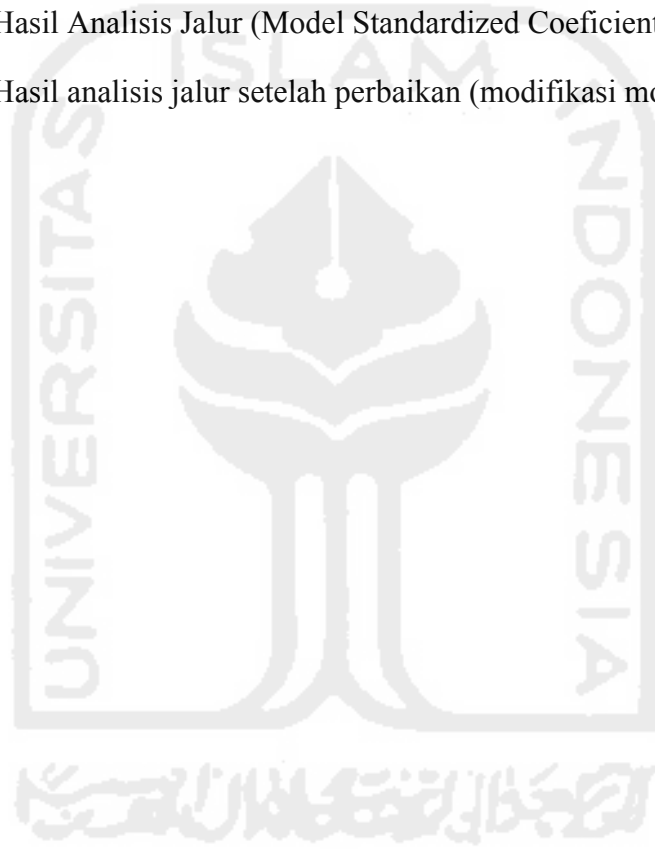
| | | |
|-------------------------------------|---|----|
| 3.5.1 | Populasi..... | 31 |
| 3.5.2 | Sample..... | 31 |
| 3.6 | Metode Analisis Data | 32 |
| 3.6.1 | Analisis Deskriptif | 32 |
| 3.6.2 | Analisis Kuantitatif..... | 32 |
| BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN..... | | 40 |
| 4.1 | Uji Validitas dan Reliabilitas data..... | 40 |
| 4.2 | Analisis Deskriptif..... | 43 |
| 4.2.1 | Karakteristik Responden..... | 43 |
| 4.2.2 | Penilaian Responden terhadap variabel Penelitian | 46 |
| 4.3 | Analisis <i>Structural Equation Model</i> | 52 |
| 4.3.1 | Uji Goodness of Fit (Uji Ketepatan Model) | 53 |
| 4.3.2 | Pengujian Hipotesis dan Pembahasan Hasil Analisis | 55 |
| 4.4 | Pembahasan | 62 |
| 4.5 | Implikasi..... | 68 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 73 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 73 |
| 5.2 | Saran..... | 74 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 76 |
| LAMPIRAN..... | | 78 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel III.1 Definisi Variable Oprasional | 26 |
| Tabel III.2 Alternatif Jawaban Skala <i>Likert</i> | 28 |
| Tabel III.3 Hasil Uji Validitas Instrumen | 29 |
| Tabel III.4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen | 30 |
| Tabel .III.5 <i>Goodness of Fit Cut-off Value</i> | 39 |
| Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data..... | 42 |
| Tabel IV.2 Jenis Kelamin Responden..... | 43 |
| Tabel IV.2 Umur Responden | 44 |
| Tabel IV.3 Tingkat Pendidikan Terakhir | 44 |
| Tabel IV.4 Jenis Pekerjaan Responden..... | 45 |
| Tabel IV.5 Pernah menggunakan <i>e-commerce</i> | 46 |
| Tabel IV.6 Deskriptif Variabel Penelitian Kualitas Informasi | 47 |
| Tabel IV.7 Deskriptif Variabel Penelitian Kualitas Sistem..... | 48 |
| Tabel IV.8 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan | 49 |
| Tabel IV.9 Deskriptif Variabel Persepsi Nilai..... | 50 |
| Tabel IV.10 Deskriptif Variabel Kepuasan Pengguna..... | 51 |
| Tabel IV.11 Deskriptif Variabel Penelitian Niat Menggunakan Kembali..... | 52 |
| Tabel IV.12 <i>Measurement Model – Goodness of fit</i> | 53 |
| Tabel IV.13 Estimasi Hasil Analisis SEM..... | 56 |
| Tabel IV.15 Estimasi Hasil Analisis SEM Setelah perbaiki (modifikasi)..... | 61 |
| Tabel IV.16 Pengaruh langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total | 61 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar I.1 Penyedia e-commerce di Indonesia | 4 |
| Gambar II.1 Model Kesuksesan SI DeLone & McLean (1992) | 12 |
| Gambar II.2 Model Kesuksesan SI Seddon (1997) | 14 |
| Gambar II.3 Model Kesuksesan SI DeLone & McLean yang diperbarui (2003)..... | 15 |
| Gambar II.4 Model Kerangka Penelitian | 24 |
| Gambar IV.1 Hasil Analisis Jalur (Model Standardized Coeficient) | 55 |
| Gambar IV.2 Hasil analisis jalur setelah perbaikan (modifikasi model)..... | 60 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... | 79 |
| Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen..... | 84 |
| Lampiran 3 Data Penelitian | 92 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data | 113 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Deskriptif | 115 |
| Lampiran 5 Hasil uji data dengan SEM..... | 116 |
| Lampiran 7 Hasil uji data dengan SEM setelah Modifikasi | 119 |
| Lampiran 8 Pengaruh Langsung Tidak langsung dan Pengaruh Total..... | 120 |

