

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN OMAH SEHAT *CATERING* MALANG**

SKRIPSI

Oleh
NUR MAULIDA AHNIAH



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
MALANG
2018**

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN OMAH SEHAT *CATERING* MALANG**

Oleh

Nur Maulida Ahniah

145040100111080

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)

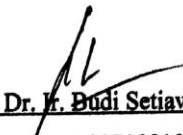
**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengaruh *e-Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen
Omah Sehat *Catering* Malang
Nama Mahasiswa : Nur Maulida Ahniah
NIM : 145040100111080
Program Studi : Agribisnis
Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian

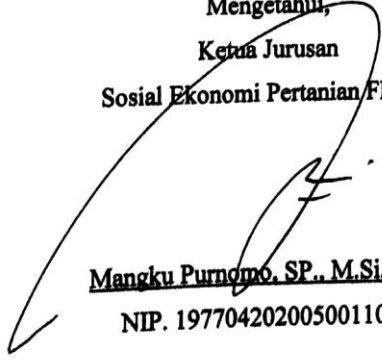
Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama,


Prof. Dr. J. Budi Setiawan, MS.

NIP. 195503271981031003

Mengetahui,
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian FP UB


Mangku Purnomo, SP., M.Si, Ph.D


NIP. 1977042020050011001

Tanggal Persetujuan :

LEMBAR PENGESAHAN

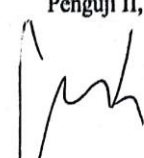
Mengesahkan
MAJELIS PENGUJI

Penguji I,


Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS.


NIP. 195503271981031003

Penguji II,


Ir. Heru Santoso Hadi Subagyo, SU.

NIP. 195403051981031005

Penguji III,


Dr. Ir. Abdul Wahib Muhaimin, MS.

NIP. 195611111986011002

Tanggal Lulus :

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan penelitian saya sendiri, dengan bimbingan dosen pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, Mei 2018

Nur Maulida Ahniah

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Jakarta pada tanggal 11 Agustus 1996, sebagai anak ketiga dari pasangan Bapak Makmun, SE, MM. dan Ibu Dra. Hj. Nur'aini A.S, M.A. Memiliki dua orang kakak wanita dan seorang adik laki-laki. Nia adalah panggilan akrab penulis sejak kecil.

Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SDN Kalibata 011 di Jakarta pada tahun 2008 dan melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMPN 43 Jakarta hingga selesai pada tahun 2011. Penulis menuntaskan pendidikan menengah atas pada tahun 2014 di SMAN 60 Jakarta. Lulus dari bangku SMA, penulis diterima menjadi mahasiswi Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang melalui jalur SBMPTN.

Sejak duduk dibangku SMA penulis mengikuti beberapa organisasi, yaitu OSIS, Rohis, KIR, Saman, dan *Marching Band*. Selama menjalani kegiatan akademik di Universitas Brawijaya, penulis juga mengikuti kegiatan non akademik di bidang seni tari, yaitu tari Saman, yang telah dilakoni sejak SMA. Penulis bergabung dengan Unit Aktivitas Karawitan dan Tari (UNITANTRI) Universitas Brawijaya sejak tahun 2014.

Seeing is deceiving, dreaming is believing

It's okay not to be okay

Sometimes it's hard to follow your heart

Tears don't mean you're losing

Everybody is bruising

Just be true to who you are

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

My precious abi dan ummi -Makmun dan Nur'aini-

My beloved sisters and brothers -Kak Nita, Kak Novi, Fikri, Kak Yoga-

Teman-teman yang selalu ada dan mendukung dalam setiap langkah yang kulalui

-Karlita, Yulita, Ni'ma, Weni, Chyintia, Dewi, Ratu, Wenny, Anisatun, Dianita,

Nisa, dan rekan-rekan saman-

RINGKASAN

NUR MAULIDA AHNIAH. 145040100111080. Pengaruh *e-Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen Omah Sehat *Catering* Malang. Di bawah bimbingan Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS. sebagai pembimbing utama.

Teknologi informasi pada era ini telah mengalami perkembangan yang pesat dan berhasil memunculkan *e-marketing* dalam dunia bisnis. Berkembangnya strategi pemasaran melalui internet membuat *e-marketing* memiliki semakin banyak peminat sehingga persaingan antarperusahaan pun semakin meningkat. Akan tetapi, penerapan *e-marketing* meminimalkan atau bahkan meniadakan interaksi *face-to-face* antara perusahaan dan konsumen. Tanpa adanya interaksi dan komunikasi langsung dengan konsumen, kualitas pelayanan pada media sosial (*e-service quality*) menjadi jalan bagi perusahaan untuk menjalin hubungan dengan konsumen. Hubungan baik yang terjalin antara perusahaan dan konsumen akan mampu menciptakan kepuasan dari konsumen tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan konsumen Omah Sehat *Catering*. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap indikator dari variabel *e-service quality*. Variabel *e-service quality* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ease of use*, *reliability*, *responsiveness*, dan *trust*.

Penelitian ini dilakukan di Omah Sehat *Catering* (OSC) Malang dimulai pada bulan Februari 2018. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis *explanatory*. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling* dengan jumlah 42 orang yang ditentukan berdasarkan Tabel Cohen. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, pengisian kuesioner, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif untuk mendeskripsikan karakteristik responden dan mengetahui nilai *mean*, minimum, dan maksimum berdasarkan data yang didapatkan. Analisis SEM-PLS untuk menganalisis pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan konsumen Omah Sehat *Catering*. Sedangkan *Importance-Performance Analysis* untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap indikator dari variabel *e-service quality*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen OSC dengan besar pengaruhnya 50%. Variabel dari *e-service quality* yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen adalah variabel *responsiveness* ($\beta = 0,26$ dan $p = 0,03$), sedangkan variabel *reliability* memiliki pengaruh yang positif, namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen ($\beta = 0,12$ dan $p = 0,22$). *e-Service quality* yang ada pada OSC memiliki tingkat kesesuaian sebesar 94,07%. Artinya, terdapat beberapa indikator dari variabel *e-service quality* yang belum sesuai dengan harapan konsumen, yaitu menu yang dikirimkan sesuai keinginan, pengiriman sesuai jadwal, dan perubahan menu cepat diproses.

SUMMARY

NUR MAULIDA AHNIAH. 145040100111080. The Effect of e-Service Quality on Consumer Satisfaction Omah Sehat Catering Malang. Supervised by Prof. Dr. Ir Budi Setiawan, MS. as the main supervisor.

Information technology in this era has experienced a rapid development and managed to bring e-marketing in the business world. The development of internet marketing strategy to make e-marketing has more and more enthusiasts so the competition among companies is increasing. However, the implementation of e-marketing minimizes or even eliminates face-to-face interaction between companies and consumers. Without the interaction and direct communication with consumers, the quality of service on social media (e-service quality) becomes the way for companies to establish relationships with consumers. Good relationship that exists between the company and the consumer will be able to create consumer satisfaction.

The purpose of this study is to analyze the effect of e-service quality on customer satisfaction Omah Sehat Catering. In addition, this study also aims to analyze consumer perceptions of e-service quality variables' indicators. The e-service quality variables used in this research are ease of use, reliability, responsiveness, and trust.

This research was conducted at Omah Sehat Catering (OSC) Malang from February 2018. The approach used was quantitative with explanatory type. The sampling technique used was convenience sampling with the number of 42 people determined based on the Cohen Table. Data collection was done by interview, filling questionnaire, and documentation. Data analysis used is descriptive statistical analysis to describe the characteristics of respondents and know the mean, minimum, and maximum value based on the data obtained. Analysis of SEM-PLS to analyze the effect of e-service quality on customer satisfaction Omah Sehat Catering. While Importance-Performance Analysis to analyze consumer perceptions of e-service quality variables' indicators.

The results of this study indicate that e-service quality has an effect on consumer satisfaction of OSC with big influence 50%. The most dominant variable of e-service quality in influencing consumer satisfaction is responsiveness variable ($\beta = 0,26$ and $p = 0,03$), while reliability variable have positive influence but not significant to consumer satisfaction ($\beta = 0,12$ and $p = 0,22$). e-Service quality on OSC has a suitability level of 94.07%. This means that there are some indicators of e-service quality variables that have not been in accordance with the expectations of consumers, that are the menu is delivered as desired, delivery on schedule, and changes in menu information are quickly processed.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt., karena berkat rahmat dan karunia-Nya skripsi yang berjudul Pengaruh *e-Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen Omah Sehat *Catering* Malang dapat terselesaikan dengan baik. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan konsumen, serta menganalisis persepsi konsumen terhadap indikator dari variabel *e-service quality* tersebut. Diharapkan hasil dari penelitian ini nantinya dapat menjadi rujukan bagi perusahaan dalam mengelola *e-service quality* yang disediakan.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS. yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menjadikan penelitian selanjutnya lebih baik. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak

Malang, Mei 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR SKEMA	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Kegunaan Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Telaah Penelitian Terdahulu	6
2.2 <i>e-Service Quality</i>	8
2.3 Kepuasan Konsumen	10
2.3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	11
2.3.2 Pengukuran Kepuasan Konsumen	12
2.3.3 Indikator Kepuasan Konsumen	13
2.4 Persepsi Konsumen	14
2.5 <i>Structural Equation Model-Partial Least Square (PLS)</i>	15
2.6 <i>Importance-Performance Analysis (IPA)</i>	17
III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN	19
3.1 Kerangka Pemikiran	19
3.2 Hipotesis	22
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	22
IV. METODE PENELITIAN	26
4.1 Pendekatan Penelitian	26
4.2 Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian	26
4.3 Teknik Penentuan Sampel	26
4.4 Teknik Pengumpulan Data	27
4.5 Uji Instrumen Penelitian <i>Importance-Performance</i>	27
4.5.1 Uji Validitas	27
4.5.2 Uji Reliabilitas	28
4.6 Teknik Analisis Data	29
4.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	29
4.6.2 <i>Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS)</i> ..	29
4.6.3 <i>Importance-Performance Analysis (IPA)</i>	33

V. HASIL DAN PEMBAHASAN	35
5.1 Gambaran Umum Omah Sehat <i>Catering</i>	35
5.2 Karakteristik Responden	37
5.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
5.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
5.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
5.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	38
5.3 Statistik Deskriptif Penelitian	39
5.4 Analisis SEM-PLS	43
5.4.1 Evaluasi <i>Outer Model</i>	43
5.4.2 Evaluasi <i>Inner Model</i>	46
5.4.3 Pengujian Hipotesis PLS	49
5.5 Hasil Uji Instrumen Penelitian <i>Importance-Performance</i>	50
5.5.1 Hasil Uji Validitas	50
5.5.2 Hasil Uji Reliabilitas	51
5.6 <i>Importance-Performance Analysis</i>	52
5.6.1 Tingkat Kesesuaian antara Kinerja dan Kepentingan	52
5.6.2 Rata-Rata Tingkat Kinerja dan Kepentingan	53
5.7 Pembahasan	54
5.7.1 Pengaruh <i>e-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Konsumen	54
5.7.2 Persepsi Konsumen terhadap Indikator Variabel <i>e-Service Quality</i>	57
VI. PENUTUP	59
6.1 Kesimpulan	59
6.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Perbandingan SEM-PLS dan SEM	17
2.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	23
3.	Notasi Model PLS	30
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	38
8.	Distribusi Frekuensi <i>e-Service Quality</i> (Kinerja)	40
9.	Distribusi Frekuensi <i>e-Service Quality</i> (Kepentingan)	41
10.	Distribusi Frekuensi Kepuasan Konsumen	43
11.	<i>Indicator Reliability</i>	44
12.	<i>Internal Consistency Reliability</i> dan <i>Convergent Validity</i>	44
13.	<i>Discriminant Validity</i>	45
14.	<i>Significant Weight</i> dan <i>Collinearity</i>	45
15.	Evaluasi <i>Inner Model 1</i>	48
16.	Evaluasi <i>Inner Model 2</i>	48
17.	Evaluasi Fit Model	49
18.	Hipotesis Pengaruh <i>e-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Konsumen	50
19.	Hasil Uji Validitas <i>Importance-Performance</i>	51
20.	Tingkat Kesesuaian antara Kinerja dan Kepentingan	52
21.	Rata-Rata Tingkat Kinerja dan Kepentingan	53

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Diagram Jalur SEM-PLS	30
2.	Diagram Kartesius	33
3.	Logo Omah Sehat <i>Catering</i>	36
4.	Penilaian Responden terhadap Kinerja Variabel <i>e-Service Quality</i>	39
5.	Penilaian Responden terhadap Kepentingan Variabel <i>e-Service Quality</i>	41
6.	Penilaian Responden terhadap Variabel Kepuasan Konsumen	42
7.	Hasil Diagram Jalur	46
8.	Hasil Diagram Kartesius	57

DAFTAR SKEMA

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>e-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Konsumen Omah Sehat <i>Catering</i> Malang	21

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	66
2.	Tampilan Kuesioner <i>Online</i>	70
3.	Data Responden	71
4.	Hasil Analisis SEM-PLS Menggunakan WarpPLS Versi 5.0	73
5.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Importance-Performance</i> Menggunakan SPSS 16.0.....	76
6.	Hasil Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja	79
7.	Foto Penelitian	81