

**PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM) DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SITUS *ONLINE SHOP*  
BUKALAPAK  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG)**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**NAMA : YENI GUSNAWATI  
NIM : 3021511099**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
2019**



**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Yeni Gusnawati  
NIM : 302 15 11 099  
Jurusan : Manajemen  
Judul Usulan : "Pengaruh *Technology Acceptance Model* dan *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Situs *Online Shop* Bukalapak"

Pembimbing Utama

**Dr. Reniati, S.E., M.Si**  
NP. 507206007

Pembimbing Pendamping

**Echo Perdana Kusumah Bsc. M.Sc**  
NP.508410027

Balunijuk, 26 Juli 2019  
Ketua Jurusan Manajemen



**Dr. Hamsani, S.E., M.Sc**  
NP. 506906008



**PENGESAHAN SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL:**

**“ PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SITUS *ONLINE SHOP BUKALAPAK*”**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh: Yeni Gusnawati  
Nomor Induk Mahasiswa : 302 15 11 099

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 05 Agustus 2019 dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Dewan Penguji,

Ketua

Hidayati, S.E., M.M.  
NP. 506306010

Anggota

Doni Yanuar, S.E., M.M.  
NP. 0207017402

Anggota

Dr. Reniati, S.E., M.Si.  
NP.507206007

Anggota

Eche Perdana Kusumah, B.Sc., M.Sc.  
NP. 508410027

Balunijuk, 05 Agustus 2019  
Universitas Bangka Belitung  
Fakultas Ekonomi  
Jurusan Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Reniati, S.E., M.Si.  
NP.507206007

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Hamsani, S.E., M.Sc.  
NP. 506906008

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul “*Pengaruh Technology Acceptance Model dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Situs Belanja Online Bukalapak*”, ini tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan 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 dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Balunijuk, 31 Juli 2019



## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

Cukuplah Allah Bagiku, tidak ada Tuhan Selain Dia. Hanya kepada-Nya aku Bertawakal

"QS: At-Taubah: 129"

Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya

"QS: Al-Baqarah:286"

" Seseorang bisa duduk ditempat teduh sekarang, karena ia telah menanam pohon sejak lama"

-Warren Buffet-

# PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim.....

Dengan penuh rasa cinta dan kasih sayang, pengorbanan dan pengalaman yang penulis rasakan selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung Penulis persembahkan skripsi ini teruntuk:

- ♥ Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan dan keselamatan kepada Peneliti hingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
- ♥ Kepada Bapak/Ibu yaitu Bapak Arefri dan Ibu Darsinah yang telah memberikan kasih sayang, support, doa yang tiada henti-hentinya dan untuk segalanya yang tak mungkin dapat dibalas oleh Penulis dan yang selalu menjadi penyemangat bagi penulis dalam menyelesaikan studi ini, yang selalu menjadi orang yang paling berharga dalam kehidupan penulis, semoga Allah SWT selalu melindungi Bapak dan Ibu serta Surga yang menjadi balasan atas pengorbanan Bapak dan Ibu .  
Aammiiiiinn..
- ♥ Kepada om, tante, saudara-saudara ku uda Dani,,Uni Cici, Uda Rifal , Uda Dayat dan ketiga adikku Yosa, Kia, dan Diego yang selalu mendoakan dan memberi semangat.
- ♥ Kepada Bapak/Ibu Dosen yang sudah membimbing Penulis dan menjadi Orang tua Penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung dan telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada Penulis.
- ♥ Kepada Bapak/Ibu perpustakaan Universitas Bangka Belitung yang selalu memberi semangat dan dukungan kepada Penulis.
- ♥ Kepada semua teman dan sahabat se almamater Universitas Bangka Belitung yang telah memberikan pertolongan dan menyemangati Penulis dalam mengerjakan tugas akhir ini.

## **ABSTRACT**

***Yeni Gusnawati, 302 15 11 099. Effects of Technology Acceptance Model and E-Service Quality on Bukalapak Online Shop Customer Satisfaction.***

*The purpose of this research is to find out and get a study of the effect of technology acceptance model and e-service quality on customer satisfaction on the bukalapak online shopping website.*

*This research is a quantitative descriptive study with a total sample of 160 respondents, while the sampling method uses purposive sampling. In this study the dependent variable is customer satisfaction. Testing instruments using validity and reliability tests, while the data analysis method uses multiple linear regression analysis, T test, F test, and coefficient of determination (R<sup>2</sup>).*

*The results of this study indicate that the independent variable X1 is obtained by  $t_{count} (2.022) > T_{table} (1.975)$  and the variable X2 thitung is  $(6.748) > T_{table}$ . Then the variable X1 (technology acceptance model) has a positive and partially significant effect on variable Y (customer satisfaction). The results of the F test indicate that  $F_{count} (51,658) > F_{table} (3.05)$ , while the significance of  $0,000 < \alpha$  at a significance level of 0.05,  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted which means the independent variable (technology acceptance model and e-service quality) together or simultaneously affect the dependent variable (customer satisfaction) significantly. The results of the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) indicate that the independent variables (technology acceptance model and e-service quality) affect the dependent variable (customer satisfaction) by 38.9% and the remaining 61.1% is influenced by other variables outside the research.*

***Keywords: Technology Acceptance Model, E-service Quality, Customer Satisfaction***

## ABSTRAK

**Yeni Gusnawati, 302 15 11 099. Pengaruh *Technology Acceptance Model* dan *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan Situs *Online Shop* Bukalapak.**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan kajian mengenai pengaruh *technology acceptance model* dan *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan pada situs belanja *online* Bukalapak.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 160 responden, sedangkan metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Pada penelitian ini variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji T, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel independen  $X_1$  diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar  $(2,022) > T_{tabel} (1,975)$  dan variabel  $X_2$   $t_{hitung}$  sebesar  $(6,748) > T_{tabel}$ . Maka variabel  $X_1$  (*technology acceptance model*) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan). Hasil uji F menunjukkan bahwa  $F_{hitung} (51.658) > F_{tabel} (3,05)$ , sedangkan signifikansi  $0,000 < \alpha$  pada taraf signifikansi 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti variabel independen (*technology acceptance model* dan *e-service quality*) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen (kepuasan pelanggan) secara signifikan. Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel independen (*technology acceptance model* dan *e-service quality*) mempengaruhi variabel dependen (kepuasan pelanggan) sebesar 39,7% dan sisanya 60,3% dipengaruhi variabel lain di luar penelitian.

**Kata kunci : *Technology Acceptance Model*, *E-service Quality*, Kepuasan Pelanggan**



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas semua rahmat dan karunia-Nya yang selalu dilimpahkan kepada junjungan besar kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman, amin. Penulis skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian siding keserjanaan Program S-1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, baik berupa ilmu pengetahuan, dukungan moril maupun materil.

Penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Muh. Yusuf, M.Si. selaku Rektor Universitas Bangka Belitung
2. Ibu Dr. Reniati, S.E. M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung
3. Bapak Hamsani selaku Ketua Jurusan Manajemen
4. Ibu Dr. Reniati, S.E. M.Si selaku pembimbing utama yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing serta mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini

5. Bapak Echo Perdana Kusuma Bsc.Msc selaku pembimbing pendamping yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing serta mengarahkan penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staff akademik Fakultas Ekonomi
7. Seluruh staff perpustakaan Universitas Bangka Belitung
8. Terima kasih kepada orang tua dan keluarga besar yang selalu memberi doa dan motivasi sehingga skripsi ini terselesaikan
9. Teman-teman se organisasi Koper, Kspm, Kmm Minang yang selalu memberi semangat
10. Teman-teman sekelas MN3 angkatan 2015 yang selalu memotivasi.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah pengetahuan kita dan semoga Universitas Bangka Belitung semakin maju dan berkembang serta menjadi kampus yang terus mencetak generasi peradaban.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Batasan Masalah .....	12
1.4 Tujuan Penelitian .....	13
1.5 Manfaat Penelitian .....	13
1.6 Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>16</b>
2.1 Pengertian Manajemen.....	16

2.2	Pengertian Pemasaran .....	17
2.3	Pengertian Manajemen Pemasaran .....	18
2.4	<i>E-commerce</i> .....	19
2.4.1	Pengertian <i>E-commerce</i> .....	19
2.4.2	Jenis-jenis <i>E-commerce</i> .....	21
2.4.3	Kelebihan <i>E-commerce</i> .....	22
2.4.4	Kekurangan <i>E-commerce</i> .....	24
2.5	Kepuasan Pelanggan .....	25
2.5.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	25
2.5.2	Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	26
2.5.3	Faktor Kepuasan Pelanggan .....	27
2.5.4	Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	27
2.6	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	28
2.6.1	Definisi TAM .....	28
2.6.2	Kelemahan dan Kelebihan TAM .....	31
2.7	<i>E-service Quality</i> .....	32
2.7.1	Pengertian <i>E-service Quality</i> .....	32
2.7.2	Dimensi <i>E-service Quality</i> .....	32
2.8	Penelitian Terdahulu .....	34
2.9	Kerangka Pemikiran.....	37
2.9.1	Hubungan antara <i>Technology Acceptance Model</i> terhadap Kepuasan Pelanggan .....	37

2.9.2 Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan .....	38
2.9.3 Hubungan antara <i>Technology Acceptance Model</i> dan <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	39
2.10 Hipotesis.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	41
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	41
3.3 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel .....	41
3.3.1 Definisi Operasional Variabel.....	42
3.3.2 Pengukuran Variabel.....	45
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	45
3.4.1 Populasi.....	45
3.4.2 Sampel.....	46
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	47
3.5.1 Jenis Data .....	47
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.6 Teknik Analisis Data.....	48
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	49
3.6.2 Uji Validitas .....	50
3.6.3 Uji Reliabilitas .....	50
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.6.4.1 Uji Normalitas.....	51

3.6.4.2 Uji Multikolinieritas .....	51
3.6.4.3 Uji Heterokedastisitas .....	52
3.6.5 Regresi Linear Berganda.....	52
3.6.6 Uji Hipotesis .....	53
3.6.6.1 Uji T .....	53
3.6.6.2 Uji F .....	54
3.6.6.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	54
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.1.1 Profil Bukalapak.....	55
4.1.2 Visi dan Misi Bukalapak.....	57
4.1.3 Produk Yang Tersedia di Bukalapak .....	57
4.1.1 Fitur-fitur Yang Tersedia di Bukalapak .....	60
4.2 Hasil Deskriptif Penelitian .....	63
4.2.1 Hasil Deskriptif Karakteristik Responden .....	63
4.2.2 Hasil Deskriptif Masing-Masing Variabel .....	65
4.2.3 Rekapitulasi Deskriptif Variabel.....	80
4.3 Hasil Analisis Data.....	80
4.3.1 Uji Validitas .....	81
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	82
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	82
4.3.4 Analisis Regresi Berganda .....	86
4.3.5 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T) .....	88

4.3.6 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	90
4.3.7 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	91
4.4 Pembahasan.....	92
4.4.1 Gambaran mengenai <i>technology Acceptance Model</i> , <i>E-Service Quality</i> dan Kepuasan Pelanggan.....	92
4.4.2 Pengaruh <i>Technology Acceptance Model</i> terhadap Kepuasan Pelanggan .....	94
4.4.3 Pengaruh <i>E-service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan .....	95
4.4.4 Pengaruh <i>Technology Acceptance Model</i> dan <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	97
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>98</b>
5.1 Kesimpulan .....	98
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	
5.3 Saran .....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	
<b>LAMPIRAN.....</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Tingkat Keluhan Konsumen di Situs <i>marketplace</i> Yang ada di Indonesia	6
Tabel I.2	Hasil Survei 36 Responden Pengguna Situs Bukalapak.....	10
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel III.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	43
Tabel III.2	Skor Skala Likert .....	45
Tabel III.3	Jumlah Mahasiswa Aktif Universitas Bangka Belitung .....	46
Tabel III.4	Kategori Skala.....	50
Tabel IV.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
Tabel IV.2	Distribusi Responden Berdasarkan Fakultas .....	64
Tabel IV.3	Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	65
Tabel IV.4	Frekuensi Indikator Kepercayaan Menggunakan Situs .....	66
Tabel IV.5	Frekuensi Indikator Kemanfaatan Situs.....	66
Tabel IV.6	Frekuensi Indikator Kemudahan Mempelajari Situs .....	67
Tabel IV.7	Frekuensi Indikator Kemudahan Menggunakan Situs.....	67



Tabel IV.8 Rekapitulasi Jawaban pada Pada Variabel <i>Technology Acceptance Model</i> .....	68
Tabel IV.9 Frekuensi Indikator Kemudahan Mengakses Situs.....	68
Tabel IV.10 Frekuensi Indikator Kemudahan Menemukan Informasi .....	69
Tabel IV.11 Frekuensi Indikator Kemampuan Situs dalam Berbagai Kebutuhan.....	69
Tabel IV.12 Frekuensi Indikator Keandalan Situs .....	70
Tabel IV.13 Frekuensi Indikator Ketepatan Situs memberikan Informasi .....	70
Tabel IV.14 Frekuensi Indikator Ketepatan Janji Situs .....	71
Tabel IV.15 Frekuensi Indikator Kemampuan Situs Mengatasi Permasalahan.....	71
Tabel IV.16 Frekuensi Indikator Kecepatan Situs Menanggapi Permasalahan.....	72
Tabel IV.17 Frekuensi Indikator Kemampuan Situs Menanggapi Permasalahan .....	72
Tabel IV.18 Frekuensi Indikator Kemampuan Situs Memberikan Jaminan.....	73
Tabel IV.19 Frekuensi Indikator Kemampuan Situs Melindungi Infomasi Konsumen .....	73
Tabel IV.20 Frekuensi Indikator Kemampuan Situs Menjaga Informasi Transaksi ..	74
Tabel IV.21 Frekuensi Indikator Kemampuan Situs Menyediakan Kontak Pelayanan .....	74

Tabel IV.22 Frekuensi Indikator Kemampuan Situs Menyediakan Layanan Kontak 24 jam.....	75
Tabel IV.23 Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Variabel <i>E-service Quality</i> .....	76
Tabel IV.24 Frekuensi Indikator Kepuasan Terhadap Kesesuaian Harga dengan Produk .....	77
Tabel IV.25 Frekuensi Indikator Kepuasan Terhadap Kelengkapan Produk .....	77
Tabel IV.26 Frekuensi Indikator Kepuasan Terhadap Pelayanan.....	78
Tabel IV.27 Frekuensi Indikator Kepuasan Respon Cepat Terhadap Konsumen .....	
Tabel IV.28 Frekuensi Indikator Kepuasan Berbelanja Menggunakan Situs .....	78
Tabel IV.29 Frekuensi Indikator Kepuasan Secara Keseluruhan Menggunakan Situs.....	79
Tabel IV.30 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Kepuasan Pelanggan .	79
Tabel IV.31 Hasil Rekapitulasi Deskriptif Variabel .....	80
Tabel IV.32 Hasil Uji Validitas .....	81
Tabel IV.33 Hasil Uji Reliabilitas.....	82
Tabel IV.34 Hasil Uji Normalitas .....	84
Tabel IV.35 Hasil Uji Multikolinearitas .....	85

Tabel IV.36 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	87
Tabel IV.37 Hasil Uji T .....	89
Tabel IV.38 Hasil Uji F.....	90
Tabel IV.39 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	91



## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Grafik Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia tahun 2018 .....	2
Gambar I.2 Tampilan Halaman Bukalapak .....	5
Gambar 1.3 Jumlah Pengunjung Situs Belanja <i>Online</i> tahun 2018.....	5
Gambar II.1 Hubungan Empat Fungsi Manajemen.....	16
Gambar II.2 <i>Technology Acceptance Model</i> .....	29
Gambar II.3 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar IV.1 Halaman Beranda Bukalapak .....	55
Gambar IV.2 Tampilan Menu Produk Rumah Tangga di Bukalapak .....	58
Gambar IV.3 Tampilan Menu Produk Fashion di Bukalapak .....	58
Gambar IV.4 Tampilan Menu Produk Elektronik di Bukalapak.....	59
Gambar IV.5 Tampilan Menu Produk Kecantikan di Bukalapak .....	59
Gambar IV.6 Tampilan Menu Produk Olahraga di Bukalapak .....	60
Gambar IV.7 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
Gambar IV.8 Diagram Pie Responden Berdasarkan Fakultas.....	64
Gambar IV.9 Diagram Pie Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	65
Gambar IV.10 Hasil Uji Normalitas.....	83
Gambar IV.11 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	86