



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**FAKTOR YANG BERPENGARUH PADA MINAT
BELI PELANGGAN: STUDI PADA E-SERVICE
QUALITY #TWITBUY INDOSAT OOREDOO**

SKRIPSI



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Bernadetta Novia Dwi Puspitasari
13140110084

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2017**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 16 Januari 2017

Bernadetta Novia Dwi Puspitasari

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

“Faktor yang Berpengaruh pada Minat Beli Pelanggan: Studi pada e-
Service Quality #Twitbuy Indosat Ooredoo”

oleh

Bernadetta Novia Dwi Puspitasari

telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 16 Januari 2017,

Dosen Pembimbing,

Dian Anggraeni, S.S.,M.Si.

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Faktor yang Berpengaruh pada Minat Beli Pelanggan: Studi pada e-
Service Quality #Twitbuy Indosat Ooredoo”

oleh

Bernadetta Novia Dwi Puspitasari

telah diujikan pada Selasa, tanggal 31 Januari 2017,

pukul 12.00 s.d. 13.30 dan dinyatakan lulus

dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji Ahli

Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si. Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing

Dian Anggraeni, S.S., M.Si.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN

Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat – Nya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Efektivitas E-Service Quality untuk Meningkatkan Minat Beli Pelanggan: Studi Pada #Twitbuy Indosat Ooredoo”. terselesaikannya karya tulis ini juga tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dian Anggraeni, S.S.,M.Si. selaku pembimbing skripsi yang telah membimbing juga memberikan saran juga kritik yang membangun pada skripsi ini.
2. Keluarga, atas dukungan mental juga material selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Lalalalululu dan Banana, selaku sahabat seperjuangan peneliti selama melaksanakan kerja magang juga dalam proses penyusunan skripsi yang tak pernah henti menghibur dan mendukung penulis.
4. Seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung peneliti dari awal hingga akhir proses penyusunan skripsi ini, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Seperti peribahasa “Tak ada gading yang tak retak”, seperti itulah skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, maka peneliti menerima segala kritik dan saran dari pembaca, dengan harapan menghindari kesalahan yang sama di penyusunan karya berikutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

FAKTOR YANG BERPENGARUH PADA MINAT BELI PELANGGAN: STUDI PADA E-SERVICE QUALITY #TWITBUY INDOSAT OOREDOO

Oleh: Bernadetta Novia Dwi Puspitasari

Indosat Ooredoo pada 2015 lalu merilis program #TwitBuy sebagai inovasi layanan berbasis *online* pertama di Asia Pasifik. Inovasi ini merupakan hasil kerja sama dengan Twitter, yang mana pengguna Indosat Ooredoo dapat membeli paket data internet melalui #Twitbuy di Twitter.

Reasoned Action Theory menjelaskan bahwa proses kognitif dapat menuntun pada minat pembelian. Salah satu proses kognitif adalah layanan pelanggan yang diberikan perusahaan. Penelitian ini berfokus pada efektivitas *e-Service Quality* dalam meningkatkan minat beli pelanggan. Yang mana #Twitbuy sebagai layanan *online* yang diteliti. Penelitian dilakukan melalui Twitter dengan responden *followers Official Account* Indosat Ooredoo.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keempat faktor *e-Service Quality* berpengaruh pada minat beli pelanggan. Penelitian ini juga membuktikan bahwa *Reasoned Action Theory* terjadi dalam penerapan layanan berbasis *online*, yang mana layanan yang baik kepada pelanggan dapat meningkatkan minat pembelian kembali *customers*.

Kata Kunci: *e-service quality*, minat beli, *e-customer relationship management*

FACTORS WHICH AFFECT CUSTOMERS PURCHASE INTENTION: STUDY IN E-SERVICE QUALITY #TWITBUY INDOSAT OOREDOO

By: Bernadetta Novia Dwi Puspitasari

Indosat Ooredoo has released #Twitbuy as online service innovation in 2015. Competition between communication providers made Indosat Ooredoo innovate the first online service in Asia Pacific. The innovation is Indosat Ooredoo customers could purchase internet data package using #Twitbuy on Twitter.

Reasoned Action Theory said cognitive process would lead to purchase intention. One of cognitive process is online service which given by company. Researcher used #Twitbuy as online service. The respondents of the research was Indosat Ooredoo Official Account followers on Twitter.

The study examines that e-Service Quality's factors affects customer purchase intentions. This research also proves that Reasoned Action Theory happened on online service, which good quality service effective to drive customers purchase intentions.

Keywords: e-service quality, buy intention, e-customer relationship management.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II KERANGKA TEORI	
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teori.....	17
2.2.1 <i>Reasoned Action Theory</i>	17
2.3 Hipotesis Teoretis	19
2.4 Konsep/Kerangka Teoretis	19

2.4.1 <i>Online Public Relations</i>	20
2.4.2 <i>Digital Marketing</i>	22
2.4.3 <i>Social Media</i>	23
2.4.4 <i>Twitter</i>	26
2.4.5 <i>E-Customer Relationship Management</i>	27
2.4.6 <i>E-Service Quality</i>	31
2.4.7 <i>E-Customer Behavior</i>	33
2.4.8 <i>Proses Pembelian Online Customer</i>	35
2.4.9 <i>Minat Beli</i>	38
2.5 <i>Kerangka Pemikiran</i>	41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 <i>Jenis dan Sifat Penelitian</i>	43
3.2 <i>Metode Penelitian</i>	44
3.3 <i>Populasi dan Sampling</i>	45
3.4 <i>Operasionalisasi Variabel</i>	50
3.5 <i>Teknik Pengumpulan Data</i>	56
3.6 <i>Teknik Pengukuran Data</i>	57
3.6.1 <i>Uji Validitas</i>	59
3.6.2 <i>Uji Reliabilitas</i>	62
3.7 <i>Teknik Analisis Data</i>	64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 <i>Objek Penelitian</i>	66
-----------------------------------	----

4.1.1 Indosat Ooredoo	66
4.1.2 #Twitbuy Indosat Ooredoo	67
4.2 Hasil Penelitian	68
4.2.1 Data Responden	68
4.2.1 Variabel <i>e-Service Quality</i>	78
4.2.2 Variabel Minat Beli	82
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	83
4.2.3.1 Uji Normalitas	83
4.2.4 Analisis Data	84
4.2.4.1 Analisis Korelasi	84
4.2.4.2 Analisis Regresi	90
4.3 Pembahasan	94

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	98
5.2 Saran	99
5.2.1 Saran Akademis	99
5.2.2 Saran Praktis	100

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Reasoned Action Process</i>	18
Gambar 2.2 Proses Pembelian <i>Online</i>	36
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 4.1 Logo Indosat Ooredoo	67
Gambar 4.2 Karakteristik Responden I	70
Gambar 4.3 Karakteristik Responden II	71
Gambar 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	72
Gambar 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	73
Gambar 4.6 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin ..	74
Gambar 4.7 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili.....	75
Gambar 4.8 Karakteristik Responden berdasarkan Pengeluaran per Bulan	76
Gambar 4.9 Pembelian Paket Data Internet yang Dilakukan Responden	77
Gambar 4.10 Histogram Uji Normalitas Persamaan Regresi.....	82
Gambar 4.11 <i>P-Plot</i> Uji Normalitas Persamaan Regresi	82
Gambar 4.12 Kesimpulan Korelasi Dimensi <i>e-Service Quality</i> terhadap Minat Beli	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis Terdahulu	14
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel X	52
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Y	55
Tabel 3.3 Skala Likert Model.....	59
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X (<i>e-Service Quality</i>)	61
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli).....	62
Tabel 3.6 Tabel Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	63
Tabel 3.7 Tabel Uji Reliabilitas Variabel X (<i>e-Service Quality</i>)	63
Tabel 3.8 Tabel Uji Reliabilitas Variabel Y (Minat Beli)	64
Tabel 3.9 Tabel Tafsiran Koefisien Korelasi	65
Tabel 4.1 Sebaran Jawaban Responden untuk Variabel X.....	78
Tabel 4.2 Sebaran Jawaban Responden untuk Variabel Y.....	81
Tabel 4.3 Analisis Korelasi Pearson Variabel X dan Y.....	83
Tabel 4.4 Korelasi Dimensi <i>Tangibles</i> terhadap Dimensi Variabel Minat Beli	84
Tabel 4.5 Korelasi Dimensi <i>Reliability</i> terhadap Dimensi Variabel Minat Beli	85
Tabel 4.6 Korelasi Dimensi <i>Responsiveness</i> terhadap Dimensi Variabel Minat Beli	86
Tabel 4.7 Korelasi Dimensi <i>Assurance and Empathy</i> terhadap Dimensi Variabel Minat Beli	87

Tabel 4.8 Tabel Model <i>Summary</i> Regresi Sederhana Variabel X dan Z.....	89
Tabel 4.9 Tabel Anova Regresi Sederhana Variabel X dan Y	90
Tabel 4.10 Tabel Koefisien Regresi Sederhana Variabel X dan Y	90
Tabel 4.11 Regresi Dimensi <i>e-Service Quality</i> terhadap Variabel Minat Beli	91
Tabel 4.12 Tabel Pengaruh <i>e-Service Quality</i> terhadap Minat Beli berdasarkan Jenis Kelamin.....	92
Tabel 4.13 Tabel Pengaruh <i>e-Service Quality</i> terhadap Minat Beli berdasarkan Pekerjaan.....	92