

**PENGARUH *VISUAL COMPLEXITY* TERHADAP *WEBSITE
DESIGN QUALITY, TRUST, SASTIFACTION, DAN LOYALTY*
PADA WEBSITE RUMAH.COM**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN DALAM
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
DEPARTEMEN MANAJEMEN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH:
ILYAS ASYROFI
NIM: 041711233148**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH *VISUAL COMPLEXITY* TERHADAP
WEBSITE DESIGN QUALITY, TRUST, SATISFACTION,
DAN *LOYALTY* PADA WEBSITE RUMAH.COM**

DIAJUKAN OLEH:
ILYAS ASYROFI
NIM: 041711233148

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



Dr. Sri Hartini, SE., M.Si
NIP. 196510251992032001

TANGGAL 31 JANUARI 2022

KOORDINATOR PROGRAM STUDI,



Dr. Dien Mardiyah, SE., M.Si
NIP. 1972111819990320

TANGGAL 31 JANUARI 2022

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Ilyas Asyrofi (041711233148), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah hasil asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Sragen, 12 Januari 2022



Ilyas asyrofi
Nim: 041711233148

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Berkat hidayah dan rida-Nya, penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Visual Complexity* Terhadap *Website Design Quality, Trust, Sastifaction, Dan Loyalty* Pada Website Rumah.Com” dengan baik. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat kelulusan guna mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen di Universitas Airlangga Surabaya.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah membantu penulis. Oleh karena itu, sudah sepantasnya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Dian Agustia, SE., M.Si., Ak., CMA., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
2. Dr. Gancar Candra Premananto, S.E., M.Si., selaku ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
3. Dr. Dien Mardhiyah, SE., M.Si., selaku ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
4. Dr. Sri Hartini, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang penuh kesabaran serta telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam membimbing dan mengarahkan penulis menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Drs. Hermawanto M.Sc., MBA. selaku Dosen Wali yang telah membantu penulis dalam menentukan studi penulis selama masa perkuliahan dan memantau prestasi belajar penulis.
6. Seluruh dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang dengan sabar telah berbagi ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Seluruh staf akademik, kemahasiswaan, departemen manajemen dan ruang baca Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
8. Keluarga tercinta yang selalu memberikan bantuan, dukungan, dan semangat penuh serta tak lupa memanjatkan doa kepada penulis untuk diberikan kelancaran dalam menyelesaikan segala urusan.
9. Keluarga besar dari Sragen yang senantiasa memberikan doa dan contoh teladan yang baik bagi penulis.
10. Teman-teman baik penulis selama perkuliahan terutama teman-teman Nongki dan teman-teman FEB angkatan 2017 maupun angkatan lainnya yang tak bisa disebutkan satu persatu, selalu membantu penulis dalam masa-masa perkuliahan serta menemani penulis untuk menyelesaikan perkuliahan di lokasi yang jauh dari rumah.
11. Teman-teman bimbingan skripsi nafa, firda, zhaki, daffa yang selalu memotivasi dan memberikan semangat saat mengerjakan skripsi.
12. Teman-teman kantor xmarks mulyosari (tan, ko ferry, ko jerry, bu sylfina, ko arie dll) yang memberikan dukungan dan bantuan.
13. Beserta semua individu-individu lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu doa, dukungan, maupun saran yang turut membantu penyelesaian skripsi ini.

14. Teman-teman Lela (rido, jen, yusron, windy, dinda, mita, danang, tiwi, dinda, reza) saling membantu satu sama lain.
15. Seluruh partisipan yang bersedia membantu penulis untuk mengisi kuesioner penelitian, serta pihak lain yang berperan penting namun tidak dapat dituliskan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dalam penyusunan penelitian. Oleh karena itu, penulis menerima adanya kritik dan saran yang positif dari berbagai pihak agar skripsi ini menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi penulis dan banyak pihak lainnya.

Sragen, 4 januari 2022

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *visual complexcity* terhadap *website design quality*, *trust*, *sastifaction* dan *loyalty* pada website rumah.com. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui survey. Kuesioner disebarakan secara *online* dengan menggunakan *Google Form* dengan total jawaban responden yang berjumlah 226 orang. Responden merupakan individu yang sudah pernah menggunakan layanan website rumah.com dalam 3 (tiga) bulan terakhir dan umur minimal 17 tahun. Skala *Likert* 5 poin digunakan untuk mengukur tingkat kesetujuan responden terhadap masing-masing indikator formatif dan reflektif. Selanjutnya jawaban responden ditabulasi dianalisis dengan menggunakan analisi pengujian SEM PLS. Hasil penelitian menunjukan *visual complexcity* berpengaruh terhadap *website design quality* namun tidak pada *trust*. Sedangkan *website design quality* berpengaruh terhadap *trust* dan *satisfaction*. Selanjutnya *satisfaction* berpengaruh terhadap *trust* dan *loyalty*. Lalu *trust* berpengaruh terhadap *loyalt*.

Kata Kunci: *visual complexcity, website design quality, trust, sastifaction, loyalty*

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of visual complex city to website design quality, trust, satisfaction and loyalty on the rumah.com website. This study uses a quantitative approach with data collection methods through surveys. The questionnaire was distributed online using the Google Forms with a total of 226 respondents' answers. Respondents are individuals who have used the rumah.com website service in the last 3 (three) months and are at least 17 years old. Likert's Scale 5 points are used to measure the respondents' level of agreement with each of the formative and reflective indicators. Furthermore, the respondents' answers were tabulated and analyzed using the PLS SEM test analysis. The results of the study show visual complex city effect on website design quality but not on trusts. Whereas website design quality effect on trust and satisfaction. Furthermore, satisfaction has an effect on trust and loyalty. Then trust effect on loyal.

Keywords: *visual complex city, website design quality, trust, satisfaction, loyalty*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii.
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii.
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pemasaran Online	10
2.1.2 <i>Theories of aesthetic preference</i>	11
2.1.2 <i>Website</i>	14
2.1.3 <i>Consumer Behaviour</i>	15
2.1.4 <i>Visual Complexcity</i>	17
2.1.4 <i>Website Design Quality</i>	18
2.1.5 <i>Trust</i>	20
2.1.6 <i>Satisfaction</i>	21
2.1.7 <i>Loyalty</i>	23
2.2 Penelitian sebelumnya	24
2.2.1 <i>Aesthetic design of e-commerce web pages–Webpage</i> <i>Complexity, Order and Preference</i> (Deng, L., dan Poole, M. S., 2012)	24

2.2.2	<i>Complexity or Simplicity? Designing Product Pictures For Advertising in Online Marketplaces</i> (Kewen, 2016).....	25
2.3	Hubungan Antar Variabel	26
2.3.1	Hubungan antara <i>Visual Complexcity</i> dan <i>Website Design Quality</i>	26
2.3.2	Hubungan antara <i>Visual Complexcity</i> dan <i>Trust</i>	27
2.3.3	Hubungan antara <i>Website design quality</i> dan <i>Trust</i>	28
2.3.4	Hubungan antara <i>Website design quality</i> dan <i>Satisfaction</i> ...	29
2.3.5	Hubungan antara <i>Satisfaction</i> dan <i>Trust</i>	30
2.3.6	Hubungan antara <i>Satisfaction</i> dan <i>Loyalty</i>	32
2.3.7	Hubungan antara <i>Trust</i> dan <i>Loyalty</i>	33
2.4	Kerangka Konseptual	34
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Pendekatan Penelitian	35
3.2	Identifikasi Variabel.....	35
3.2.1	Variabel Eksogen	35
3.2.2	Variabel Endogen.....	35
3.2.2.1	Endogen mediasi / intervening variabel	Error!
	Bookmark not defined.	
3.2.2.2	Endogen tergantung / dependent variable	Error!
	Bookmark not defined.	
3.3	Definisi Operasional	36
3.3.1	<i>Visual Complexcity</i>	36
3.3.2	<i>Website Design Quallity</i>	36
3.3.3	<i>Trust</i>	36
3.3.4	<i>Satisfaction</i>	37
3.3.5	<i>Loyalty</i>	37
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	38
3.4.1	Populasi	38
3.4.2	Sampel Penelitian	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	39

3.7	Prosedur Pengumpulan Data	39
3.8	Teknik Analisis	40
3.8.1	Uji SEM PLS	40
3.8.2	Uji Validitas dan Reabilitas	40
3.8.3	<i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	41
3.8.4	Kecocokan Keseluruhan Model (<i>Overall model fit</i>)	42
3.8.5	<i>Structural Model Fit</i>	43
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1	Rumah.com	44
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	45
4.2.1	Karakteristik Responden	45
4.2.2	Jenis Kelamin Responden	45
4.2.3	Usia Responden	46
4.2.4	Pekerjaan Responden	46
4.2.5	Pengeluaran Per Bulan	47
4.2.6	Pendidikan	48
4.2.7	Lama Menggunakan Website	48
4.3	Deskripsi Tanggapan Responden	49
4.3.1	Deskripsi Variabel <i>Visual Complexcity</i>	50
4.3.2	Deskripsi Variabel <i>Website Design Quality</i>	50
4.3.3	Deskripsi Variabel <i>Trust</i>	51
4.3.4	Deskripsi Variabel <i>Satisfaction</i>	52
4.3.5	Deskripsi Variabel <i>Loyalty</i>	53
4.4	Analisis Model dan Pengujian Hipotesis	54
4.4.1	Analisis <i>Measurement Model</i>	55
4.5	Evaluasi <i>Outer Model</i>	56
4.5.1	Validitas Konvergen	56
4.5.2	Validitas Diskriminan	58
4.5.2.1	Menggunakan <i>Cross Loading</i>	58
4.5.2.2	Menggunakan AVE (<i>Average Variance Extracted</i>) ..	60

4.5.3 Reliabilitas Komposit.....	60
4.5.3.1 Menggunakan Cronbach Alpha.....	60
4.5.3.2 Menggunakan Composite Reliability	61
4.6 Evaluasi Inner Model (Model Struktural).....	62
4.6.1 Uji Ketepatan Model.....	62
4.6.2 Evaluasi Nilai R-Square.....	62
4.6.3 <i>Path Coefficient</i> (Efek Langsung)	63
4.7 Pembahasan.....	64
4.7.1 Hubungan <i>Visual Complexcity</i> dan <i>Website Design Quality</i>	64
4.7.2 Hubungan <i>Visual Complexcity</i> dan <i>Trust</i>	65
4.7.3 Hubungan <i>Website Design Quality</i> dan <i>Trust</i>	66
4.7.4 Hubungan <i>Website Design Quality</i> dan <i>Satisfaction</i>	66
4.7.5 Hubungan <i>Satisfaction</i> dan <i>Trust</i>	67
4.7.6 Hubungan <i>satisfaction</i> dan <i>loyalty</i>	67
4.7.7 Hubungan <i>trust</i> dan <i>loyalty</i>	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Simpulan	69
5.2 Kontribusi Penelitian	69
5.2.1 Bagi Akademik	69
5.2.2 Bagi Pemasar	69
5.3 Keterbatasan dan Saran Bagi Penelitian Berikutnya	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kriteria GOF	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan dan Uang Saku....	47
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	48
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan <i>Website</i> ..	48
Tabel 4.7 Interval Kelas.....	49
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Visual Complexcity</i>	50
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Website Design Quality</i>	51
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Trust</i>	52
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Satisfaction</i>	53
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>Loyalty</i>	54
Tabel 4.13 Confirmatory Factor Analysis	56
Tabel 4.14 <i>Outer Loading</i>	57
Tabel 4.15 <i>Signifikansi Outer Loading menggunakan Bootstrap</i>	57
Tabel 4.16 <i>Cross Loading</i>	59
Tabel 4.17 Nilai <i>AVE</i>	60
Tabel 4.18 Nilai <i>CA</i> dan <i>CC</i>	61
Tabel 4.19 <i>Kriteria Model Fit</i>	62
Tabel 4.20 Nilai <i>R-Square</i>	63
Tabel 4.21 Nilai <i>Path Coefficient</i> dan <i>signifikansi menggunakan bootstrap</i>	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Konseptual	34
Gambar 4.1 Tampilan Home Rumah.com	45
Gambar 4.2 <i>Grafik nilai cornbach's alpha variable</i>	60
Gambar 4.3 <i>Grafik nilai composite reliability variabel</i>	61

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kusioner Penelitian	75
LAMPIRAN 2 Data Penelitian	78