

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAAN DAN  
INTENSI PERILAKU KONSUMEN PENGGUNA SITUS *ONLINE SHOP* DI JEJARING  
SOSIAL FACEBOOK  
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Diponegoro)**

**NAMA : QAANITA YUUHA M**

**NIM : L2H007049**

**ABSTRAK**

Sekarang ini internet sudah banyak dijadikan untuk penjualan produk atau disebut juga *e-commerce*. Berbelanja melalui internet memberikan kemudahan bagi konsumen untuk langsung membandingkan produk, harga, informasi dan pelayanan antar toko *online*. Niat masyarakat sendiri masih rendah untuk berbelanja melalui internet. Oleh karena itu, salah satu masalah pada situs *online shop* adalah bagaimana mengubah pengunjung menjadi pembeli. Salah satu caranya adalah dengan meningkatkan kualitas layanan.

Penelitian ini mengacu pada jurnal yang disusun oleh Gounaris, S., Dimitriadis, S., & Stathakopoulos, V (2010). Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan intensi perilaku konsumen pengguna layanan *online shop*. Kualitas layanan terdiri dari variabel informasi, *user friendliness*, interaksi dan *aesthetic*. Kepuasan konsumen dibagi menjadi *service encounter* dan *service process*. Intensi perilaku yang diteliti mengenai *word of mouth*, *purchase intention* dan *revisit*. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan sampel penelitian mahasiswa Universitas Diponegoro yang pernah berbelanja melalui online shop di jejaring sosial Facebook. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan bantuan software Amos 18.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan dan kepuasan berpengaruh positif terhadap intensi perilaku konsumen. Namun, kualitas layanan tidak berpengaruh langsung terhadap intensi perilaku.

**Kata kunci: kualitas layanan, kepuasan konsumen, intensi perilaku**

## **ABSTRACT**

*Nowadays internet has been used for selling product or e-commerce. Shopping through the Internet makes it easy for consumers to directly compare products, prices, information and services between the online store. Intention people to shop via internet is still low. For this reason, one of the problems on online shop is how to convert visitors into buyers. One of the solution is by improving the quality of service.*

*This study refers to a journal compiled by Gounaris, S., Dimitriadis, S., & Stathakopoulos, V (2010). The purpose of this study is to examine the effects of service quality on customer satisfaction and behavioral intentions in the context of internet shopping. Service quality consists of information, user friendliness, interaction and aesthetic. Consumer satisfaction is divided into service encounter and service process. The examined of behavior intention about word of mouth, purchase intention and revisit. The sampling method that used in this study is purposive sampling with a sample of students from Diponegoro University that ever shopped via internet at social networking sites, facebook. Data analysis using Structural Equation Modelling (SEM) method with Amos 18.0 software. The results of this study indicate that service quality has a positive effect on satisfaction and consumer satisfaction have a positive influence on behavioral intentions. However, service quality does not directly effect on behavioral intentions.*

***Key words: service quality, customer satisfaction, behavioral intention***