

**PENGARUH KEPERCAYAAN *OFFLINE STORE*, PENCARIAN
INFORMASI, DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP
KEPERCAYAAN *ONLINE STORE*, SERTA DAMPAKNYA PADA
MINAT BELI SECARA *ONLINE* DI MATAHARIMALL.COM**

SKRIPSI



Nama : Muhamad Rafky Kurniawan

NIM : 43113010063

**Program Studi Manajemen S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017**

**PENGARUH KEPERCAYAAN *OFFLINE STORE*, PENCARIAN
INFORMASI, DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP
KEPERCAYAAN *ONLINE STORE*, SERTA DAMPAKNYA PADA
MINAT BELI SECARA *ONLINE* DI MATAHARIMALL.COM**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program
Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Muhamad Rafky Kurniawan

NIM : 43113010063

**Program Studi Manajemen S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhamad Rafky Kurniawan
NIM : 43113010063
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 21 Februari 2017



UNIVERSITA
MERCU BUANA

Muhamad Rafky Kurniawan
NIM : 43113010063

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhamad Rafky Kurniawan
NIM : 43113010063
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan Offline Store, Pencarian Informasi, dan Persepsi Resiko Terhadap Kepercayaan Online Store serta Dampaknya Pada Minat Beli Secara Online di MatahariMall.com
Tanggal Lulus Ujian : 17 Februari 2017

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji


Endi Rekarti, SE., ME

Tanggal : 21 Februari 2017


Didin Hikmah Perkasa, SE., MM

Tanggal : 21 Februari 2017

Dekan,

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,


Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA

Tanggal : 21 Februari 2017


Dudi Permana, MM., Ph.D

Tanggal : 21 Februari 2017

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan *Offline Store*, Pencarian Infomasi, dan Persepsi Resiko Terhadap Kepercayaan *Online Store* Serta Dampaknya Pada Minat Beli Secara *Online* di MatahariMall.com”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan penelitian ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Endi Rekarti, SE. ME selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah memberikan saran, waktu, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian terutama kepada :

1. Keluarga besar penulis terutama kedua orang tua tercinta (Alm. Slamet Nyono dan Syarifah Nur) serta kakak dan adik saya Debby Ulfah, dan Vilza Asylla yang telah memberikan doa, semangat, dan dukungan moral serta material

yang tiada hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Dr. Ir. Arrisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Jesica Elizasuly , terimakasih atas doa, kasih sayang, motivasi dan selalu rutin memberikan semangat serta dukungan dalam bentuk apapun dalam membantu menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Sahabat-sahabat terdekat penulis diluar kampus: Need You Club, Cemara Family, Defth Science, HORE, Rizki Wiryansyah Anas, Septa Tirawan, Muhammad Ilham Pribadi, yang selalu rutin memberikan semangat serta dukungan kepada penulis.
8. Untuk Teman-teman satu bimbingan: Mega dan Ana yang senantiasa bersemangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.. Serta Gandi, Mariya, Aliyah, Eka, Mely, Gilang, Selvia, dan Asep yang saling memberikan semangat dan saling membantu dalam menyusun penelitian.

9. Sahabat-sahabat beserta senior terdekat penulis dikampus : Vino Mega Putra, Banu Ibrahim, Resha Yaumil Azhar, Irmah Citra Wati, Fini Maharani Yasa, Kak Wita, Kak Shinta, dan Kak Dwi yang selalu memberikan semangat serta dukungan dalam bentuk apapun kepada penulis.
10. Seluruh mahasiswa Manajemen S1 angkatan 2013 yang telah memberikan semangat kepada penulis.
11. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 21 Februari 2017

Muhamad Rafky Kurniawan

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian	9
2. Kontribusi Penelitian	9

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka	11
1. Penjualan <i>Offline</i>	11
2. <i>Internet Marketing</i>	11
3. Kepercayaan	11
3.1 Pengertian Kepercayaan <i>Offline Store</i>	11
3.2 Pengertian Kepercayaan <i>Online Store</i>	12
3.3 Dimensi Kepercayaan <i>Offline Store</i>	12
3.4 Dimensi Kepercayaan <i>Online Store</i>	13
3.5 Indikator Kepercayaan <i>Online Store</i>	13
4. Pencarian Informasi	14

4.1	Pengertian Pencarian Infomasi	14
4.2	Sumber-Sumber Informasi	15
4.3	Indikator Informasi	16
5.	Persepsi Resiko	17
5.1	Pengertian Persepsi Resiko	17
5.2	Indikator Persepsi Resiko	18
6.	Minat Beli	19
6.1	Pengertian Minat Beli	19
6.2	Indikator Minat Beli	20
B.	Penelitian Terdahulu	21
C.	Rerangka Pemikiran dan Hipotesis	24
D.	Model Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN		
A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	28
1.	Waktu Penelitian	28
2.	Tempat Penelitian	28
B.	Desain Penelitian	28
C.	Definisi dan Operasional Variabel	29
1.	Definisi Variabel.....	29
2.	Operasional Variabel	30
D.	Skala Pengukuran	33
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	34
1.	Populasi	34
2.	Sampel	35
F.	Teknik Pengumpulan Data	35
G.	Jenis Data Penelitian	35
H.	Metode Analisis Data	36
1.	Analisis Model Persamaan SEM	36
2.	Uji Validitas	38

3. Uji Reabilitas	38
4. Asumsi-Asumsi SEM	39
5. Proses Analisis SEM	40
6. Pengujian Hipotesis	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
1. Tempat dan Waktu Penelitian	47
2. Karakteristik Profil Responden	48
a. Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
b. Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	49
c. Deskriptif Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	49
d. Deskriptif Responden Berdasarkan Pengeluaran Belanja Online	50
B. Analisis Deskriptif Variabel	50
1. Kepercayaan <i>Offline Store</i>	50
2. Pencarian Informasi	51
3. Persepsi Resiko	53
4. Kepercayaan <i>Online Store</i>	54
5. Minat Beli	55
C. Uji Validitas dan Realibilitas Variabel.....	56
1. Hasil Uji Validitas Variabel	56
a. Kepercayaan <i>Offline Store</i>	56
b. Pencarian Informasi	58
c. Persepsi Resiko	59
d. Kepercayaan <i>Online Store</i>	61
e. Minat Beli	62
2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel	64

D. Pengolahan Data dan Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	65
1. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran	67
2. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T-Value)	67
3. Pengujian Hipotesis Peneliti	69
4. Model Struktural (<i>Standarized Solution</i>)	72
E. Analisis Hasil Penelitian.....	74
1. Analisis Kepercayaan <i>Offline Store</i> Terhadap Kepercayaan <i>Online Store</i>	74
2. Analisis Kepercayaan <i>Offline Store</i> Terhadap Minat Beli	74
3. Analisis Pencarian Informasi Terhadap Kepercayaan <i>Online Store</i> ...	75
4. Analisis Pencarian Informasi Terhadap Minat Beli	75
5. Analisis Persepsi Resiko Terhadap Kepercayaan <i>Online Store</i>	76
6. Analisis Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli	76
7. Analisis Kepercayaan <i>Online Store</i> Terhadap Minat beli	77
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	78
B. Saran	81
1. Saran Untuk MatahariMall.com	81
2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peringkat Website Online Store di Indonesia	5
Tabel 1.2 Pendapatan iklan di Website Online Store Tahun 2015	5
Tabel 2.1 Tipe-Tipe Pencarian Informasi yang Dilakukan Konsumen	15
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	30
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert	34
Tabel 3.3 Goodness of Fit Index	44
Tabel 4.1 Hasil Uji Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Hasil Uji Deskriptif Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Deskriptif Berdasarkan Tingkat Pendidikan	49
Tabel 4.4 Hasil Uji Deskriptif Berdasarkan Pengeluaran Belanja Online	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Deskriptif Variabel Kepercayaan Offline Store	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Deskriptif Variabel Pencarian Informasi	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Deskriptif Variabel Persepsi Resiko	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Deskriptif Variabel Kepercayaan <i>Online Store</i>	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Deskriptif Variabel Minat beli	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Offline Store	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Pencarian Informasi	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Resiko	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Online Store	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli	63
Tabel 4.15 Hasil Uji Realibilitas Instrumen Penelitian	64
Tabel 4.16 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural (Keseluruhan)	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural (T-Value)	69
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengguna Internet di Indonesia	4
Gambar 2.1 Model Penelitian	27
Gambar 4.1 Model Pengukuran Variabel Kepercayaan Offline Store	57
Gambar 4.2 Model Pengukuran Variabel Pencarian Informasi	58
Gambar 4.3 Model Pengukuran Variabel Persepsi Resiko	60
Gambar 4.4 Model Pengukuran Variabel Kepercayaan Online Store.....	61
Gambar 4.5 Model Pengukuran Variabel Minat beli.....	63
Gambar 4.6 Model Pengukuran Konstruk Variabel Penelitian	66
Gambar 4.7 Model Struktural (<i>T-Value</i>)	68
Gambar 4.8 Model Struktural (<i>Strandarized Solution</i>)	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuisioner Penelitian	88
Lampiran II Hasil Uji Validitas	91
Lampiran III Hasil Uji Reliabilitas	93
Lampiran IV Hasil Uji SEM	94

