

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN PENGALAMAN
BERBELANJA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP
MINAT BELI DISITUS *ONLINE* BUKALAPAK.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 : Nurrochmatun Palupi

NIM : 43113010256

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN PENGALAMAN
BERBELANJA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP
MINAT BELI DISITUS *ONLINE* BUKALAPAK.COM**

SKRIPSI

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



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

NAMA : Nurrochmatun Palupi

NIM : 43113010256

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurrochmatun Palupi

Nim : 43113010237

Program Studi : SI 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Maret 2017



Nurrochmatun Palupi

NIM : 43113010237

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


Nama : Nurrochmatun Palupi
NIM : 43113010237
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Kemudahan Penggunaa, Pengalaman Berbelanja, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Disitus *Online* Bukalapak.com
Tanggal Lulus Ujian : 10 Maret 2017

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji



Dr. Tafiprios, SE, MM
Tanggal : 13-03-2017


Moch. Rizki Sadikin BBA.,MBA
Tanggal: 13-03-2017

Dekan FEB,

Ketua Program Studi


Dr. Harnovmsah, Ak.,M.Si.,CA
Tanggal : 13-03-2017


Dudi Permana, MM.,Ph.D
Tanggal : 13/3-2017

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Berbelanja, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Disitus *Online* Bukalapak.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 skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak khususnya Bapak Dr. Tafiprios, SE, MM selaku dosen pembimbingan skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, 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 menyusun skripsi ini terutama kepada :

1. Kedua orang tua tercinta dan kakak adik saya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak.,M.Si.,CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Bapak Dudi Permana, MM.,Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Jurusan Manajemen Universitas Mercu Buana, Jakarta.
5. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. UntukDesi Umamah, Nurvianti. K, Zulia. P, Afriliyani Eka Saputri (Putroy) dan semua teman - teman dalam satu bimbingan yang telah memberikan informasi dan bantuannya dalam penyusunan skripsi ini.

7. Untuk Desi Umamah, Sainah Lusniawati, Meli Gushela, Winona Rizki. B, Fitria Maharani, Febry Fajar. S, Aliyah, dan Jeannette. S.J.P, Gagah Iman S. P, Bintang Jihad I.W, Arvira Dwi S, M. Noor Fauzi, Muhaammad Zulfa R, Karima M, Silka Sauri S, Andika Noviriatno H, Dian P, Azadya P, Mai Tri Lestari, Kisti M, yang telah memberikan keceriaan, kebahagiaan, kebersamaan, doa dan dukungannya.
8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB Angkatan 2013 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT selalu meridhoi kita dalam meraih kesuksesan dan semoga kita selalu bahagia. Amin.
9. Dan untuk semua Teman dekat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberi semangat, doa serta dukungannya yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi 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 skripsi 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 skripsi ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 8 Februari 2017

Nurrochmatun Palupi

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
1. Bagi perusahaan.....	11
2. Bagi peneliti	11
3. Bagi pihak lain.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	13
1. manajemen pemasaran	13
2. E-commerce.....	14
3. Kemudahan Penggunaan.....	14
4. Pengalaman Berbelanja.....	18
5. Kepercayaan konsumen	21
6. Minat Beli.....	25
B. Rerangka Pemikiran	28
1. Peneliti Terdahulu.....	28
2. Hubungan Antar Variabel	30
C. Hipotesis	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan tempat penelitian.....	36
B. Desain penelitian	36
C. Definisi dan oprasional variable.....	37
D. Populasi dan sempel penelitian	41
1. Populasi	41
2. Sempel.....	42
E. Tehnik pengumpulan data.....	41
F. Metode Analisis.....	43
1. Analisis Partial Least Square.....	43
2. Langkah – Langkah Pengujian Analisis Pengujian PLS	44

BAB IV HASIL ANALISIS

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
B. Hasil Uji Deskriptif.....	48
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamain	48
2. Karekeristik Responden Berdasarkan Usia	49
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	50
C. Deskripsi Jawaban Responden	51
1. Variabel Kemudahan Pelanggan.....	51
2. Variabel Pengalaman Berbelanja.....	52
3. Variabel Kepercayaan Konsumen	52
4. Variabel Minat Beli.....	53
D. Metode Analisis Data: SEM – Partial Leasy Square (PLS).....	54
1. Evaluasi Measurement Model (<i>Outer Model</i>).....	54
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>InnerModel</i>)	62
E. Pembahasan	65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	68
B. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	75



DAFTAR TABEL

Daftar Tabel 1.1 Penetrasi Pengguna <i>Internet</i> di Indonesia Tahun 2012	2
Daftar Tabel 1.2 Engagement Metric Empat Situs Jual Beli <i>Online</i>	7
Daftar Tabel 1.3 Hasil Pre Survey	9
Daftar Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Daftar Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Dependen Kemudahan Penggunaan.....	38
Daftar Tabel 3.2 Operasional Variabel Dependen Pengalaman Berbelanja.....	39
Daftar Tabel 3.3 Operasional Variabel Dependen Kepercayaan Konsumen.....	40
Daftar Tabel 3.4 Operasional Variabel Dependen Minat Beli.....	40
Daftar Tabel 3.5 Instrumen Skala Likert.....	41
Daftar Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Daftar Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Daftar Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	50
Daftar Tabel 4.4 Deskriptif Jawaban Responden Kemudahan Penggunaan.....	51
Daftar Tabel 4.5 Deskriptif Jawaban Responden Pengalaman Berbelanja.....	52
Daftar Tabel 4.6 Deskriptif Jawaban Responden Kepercayaan Konsumen	52
Daftar Tabel 4.7 deskriptif Jawaban Responden Minat Beli	53
Daftar Tabel 4.8 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	56
Daftar Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	57
Daftar Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loadings</i>)	59

Daftar Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>composite reliability</i>	61
Daftar Tabel 4.12 Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i>	61
Daftar Tabel 4.13 Nilai R^2 variabel endogen	62
Daftar Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proyeksi Pengguna <i>Internet</i> di Indonesia 2014 - 2015	4
Gambar 1.2 Traffick Rank Empat Situs Jual Beli <i>Online</i>	5
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4.1 Hasil Algorithm	55
Gambar 4.2 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	58
Gambar 4.3 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i>	60
Gambar 4.4 Hasil <i>Boostrapping</i> (Modifikasi)	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	75
Lampiran 2 Data Demografi	79
Lampiran 3 Hasil Kuesiner	82
Lampiran 4 Hasil Konstruk Digram Jalur (Full Model)	94
Lampiran 5 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	95
Lampiran 6 Hasil Konstruk Diagram Jalur Modifikasi (Full Model).....	96
Lampiran 7 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Modifikasi.....	97
Lampiran 8 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	98
Lampiran 9 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (Ave)</i>	99
Lampiran 10 Hasil Uji Reabilitas	100
Lampiran 11 Hasil Uji R Square	101
Lampiran 12 Hasil Uji Hipotesis	102
Lampiran 13 Hasil Uji Bootstrapping.....	103