

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN  
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DI *MARKETPLACE* SHOPEE.**

**SKRIPSI**



Nama : Resti Ulpiani

Nim : 43116010312

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2020**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN KUALITAS  
LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI  
MARKETPLACE SHOPEE.**

Skripsi diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen S1  
Universitas Mercu Buana



**Nama : Resti Ulpiani**  
**Nim 43116010312**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**JAKARTA**  
**2020**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Resti Ulpiani  
NIM : 43116010312  
Program studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya akan 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, 1 Juli 2019



Resti Ulpiani

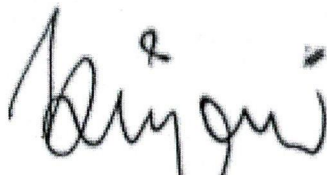
NIM : 43116010312

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Resti Ulpiani  
NIM : 43116010312  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee.  
Tanggal Lulus Ujian :

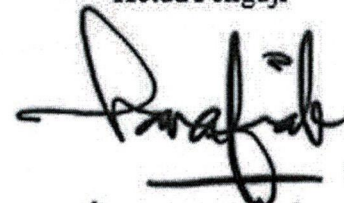
Disahkan Oleh :

Pembimbing



Priyono, SE., ME.

Ketua Penguji



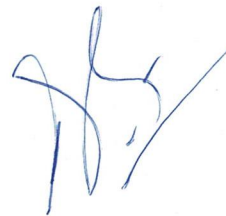
Aci Anafish.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA.,  
CIPSAS., CMA., CSR



Dr. Daru Asih, M.Si

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee. penelitian ini dilakukan pada 180 responden dengan melakukan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah kuesioner dan menggunakan *purposif sampling* untuk pengambilan sample. Analisis data yang digunakan adalah SEM-PLS dimana pengolahan data menggunakan program SmartPLS versi 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, kemudahan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kepercayaan, kemudahan, kualitas layanan, keputusan pembelian, Shopee.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of trust, convenience, and service quality on purchasing decisions in the Shopee Marketplace. This research was conducted on 180 respondents using a quantitative approach. The data collection technique used was a questionnaire and used purposive sampling for sampling. The data analysis used was SEM-PLS where data processing used the SmartPLS version 3.0 program. The results of this study indicate that trust, convenience and service quality have a positive and significant effect on purchasing decisions.*

*Keywords: Trust, convenience, service quality, purchase decisions, Shopee.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Shopee.”** Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari 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 Priyono, SE, ME** selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan Alhamdulillah dan ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.

4. Jajaran Program studi manajemen S1, Ibu Tine Yuliantini, S.Par., MM dan Ibu Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si, Dr selaku sekretaris I dan II program studi Manajemen S1.
5. Kedua orang tua peneliti motivasi terbesar saya yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
6. Teman seperjuangan Era, Selvi, Evy, Diah Mardian, dan Dyah Kartikasari yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan bertukar pikiran.
7. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 26 Juli 2020

Resti Ulpiani



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>A. LATAR BELAKANG.....</b>	<b>1</b>
<b>B. RUMUSAN MASALAH.....</b>	<b>10</b>
<b>C. TUJUAN PENELITIAN .....</b>	<b>10</b>
<b>D. KONTRIBUSI PENELITIAN .....</b>	<b>11</b>
1. Kontribusi Praktis .....	11
2. Kegunaan Teoritis.....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>12</b>
<b>A. Kajian Pustaka .....</b>	<b>12</b>
1. Manajemen Pemasaran .....	12
2. Kepercayaan ( <i>Trust</i> ).....	22
3. Kemudahan ( <i>Easy of Use</i> ).....	31
4. Kualitas layanan.....	34
5. Keputusan Pembelian .....	38
6. Penelitian Terdahulu.....	49
<b>C. Rerangka Pemikiran .....</b>	<b>54</b>
<b>D. Hipotesis .....</b>	<b>54</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
<b>A. Waktu dan Tempat Penelitian .....</b>	<b>56</b>
<b>B. Desain Penelitian.....</b>	<b>56</b>
<b>C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....</b>	<b>56</b>

1. Definisi Variabel.....	56
2. Operasionalisasi Variabel .....	57
D. Skala Pengukuran Variabel .....	64
E. Populasi dan Sample Penelitian.....	65
1. Populasi Penelitian.....	65
2. Sample Penelitian.....	65
F. Teknis Pengumpulan Data.....	66
G. Metode Analisis Data.....	67
1. Analisis Deskriptif.....	67
2. Uji Instrumen Data .....	67
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>74</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	74
B. Karakteristik Responden .....	77
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Responden .....	77
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden .....	78
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	79
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan Responden.....	79
C. Deskriptif Jawaban Kuesioner.....	81
1. Variabel Kepercayaan .....	81
2. Variabel Kemudahan.....	82
3. Variabel Kualitas Layanan .....	83
4. Variabel Keputusan Pembelian .....	85
D. Metode Analisis Data <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	86
1. Evaluasi Measurement (Outer Model).....	87
2. Pengujian Uji Model Struktural .....	96
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>106</b>
A. Kesimpulan.....	106
B. Saran .....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>110</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>113</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Pra Survey	8
2.1	Penelitian Terdahulu	49
3.1	Operasionalisasi Variabel Kepercayaan	58
3.2	Operasionalisasi Variabel Kemudahan	59
3.3	Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan	61
3.4	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian	63
3.5	Instrumen Skala Likert	65
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Responden	77
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden	78
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	79
4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan Responden	80
4.5	Karakteristik Jawaban Responden Variabel Kepercayaan	81
4.6	Karakteristik Jawaban Responden Variabel Kemudahan	82
4.7	Karakteristik Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan	83
4.8	Karakteristik Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	85

4.9	Hasil Pengujian Convergent Validity	89
4.10	Hasil Output AVE	90
4.11	Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading)	91
4.12	Average Variance Extracted (AVE)	94
4.13	Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell-Larcker)	94
4.14	Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	96
4.15	Hasil Nilai Uji R-Square ( $R^2$ )	97
4.16	Hasil Pengujian Hipotesis	99

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Pertumbuhan e-commerce di Indonesia tahun 2020	3
Gambar 1.2	Data pengguna e-commerce berdasarkan gender tahun 2018	4
Gambar 1.3	Data pengguna Shopee tahun 2018	5
Gambar 1.4	Data pengguna Shopee tahun 2019	5
Gambar 2.1	Model keputusan pembelian	44
Gambar 2.2	Model penelitian (kerangka berpikir)	54
Gambar 4.1	Algoritma PLS	88
Gambar 4.2	Hasil Uji Bootstrapping	101

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner	113
2	Hasil Output SPSS 20	119
3	Hasil Output PLS 3.0	124