

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
KEPERCAYAAN, DAN METODE PEMBAYARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI TOKOPEDIA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana
Jakarta



Nama : Muhammad Aulia Rachman

Nim : 43117120033

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Aulia Rachman

Nim : 43117120033

Program Studi : Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Mei 2021



Muhammad Aulia Rachman

NIM: 43117120033

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Aulia Rachman

NIM : 43117120033

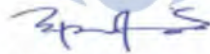
Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Metode
Pembayaran terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia

Tanggal Sidang : 5 Mei 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 07210034



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan metode pembayaran terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Tokopedia di Jabodetabek yang pernah berbelanja di situs website dan aplikasi Tokopedia. Sampel yang dipergunakan sebanyak 170 responden. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data dari *Structural Equation Modeling* (SEM) yaitu *Partial Least Square* (PLS). Tahap pertama dalam penelitian ini untuk menguji validitas pertanyaan setiap variabel berikut dengan reliabilitasnya. Tahap kedua menguji hubungan antara kemudahan penggunaan, kepercayaan dan metode pembayaran terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa seluruh hipotesis ditemukan berpengaruh positif dan signifikan.

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Metode Pembayaran, Keputusan Pembelian, Tokopedia



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to test and analyze ease of use, trust, and payment methods for purchasing decisions on Tokopedia. The population in this study were Tokopedia users in Jabodetabek who had been created on the Tokopedia website and application. The sample used was 170 respondents. Methods of data methods using survey methods, with the research instrument is a questionnaire. The method of data analysis from Structural Equation Modeling (SEM) is Partial Least Square (PLS). The first stage in this study was to test the validity of the questions for each variable along with its reliability. The second stage is testing the relationship between use, trust and payment methods on Tokopedia. The results of this study state that all hypotheses have a positive and significant effect.

Keywords: Ease of Use, Payment Methods, Purchase Decision, Tokopedia, Trust



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga Skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam Skripsi ini adalah **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Metode Pembayaran terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih SE. M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM, selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih SE. M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, motivasi, pengetahuan, dan nasehat yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Mas Wahyu Wibowo, Ph.D., selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran terhadap skripsi ini untuk lebih baik.
6. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmu dan bantuan administratifnya.
7. Kedua orang tua, Bapak Raden Kusmana dan Ibu Ida Surachmi, Kakak Octavia Rachmanita dan Havis Hidayat, beserta Istri Melly Murni atas doa dan dukungannya baik secara moril maupun material.

8. Seluruh rekan-rekan Manajemen S1 FEB Mercu Buana atas bantuan dan kerjasamanya.
9. Seluruh pihak manajemen PT Tokopedia atas bantuan informasi dan masukannya terhadap penyusunan Skripsi ini.
10. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu atas bantuan, motivasi, dan doanya.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih dalam ketidaksempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan dalam penyempurnaan Skripsi ini. Penulis juga berharap Skripsi ini dapat bermanfaat bagi PT Tokopedia dalam pengembangan bisnisnya dan pembaca dalam kegiatan belajar mengajar guna meningkatkan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran.

Jakarta, Mei 2021



Muhammad Aulia Rachman
NIM: 43117120033

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	II
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	III
ABSTRAK	IV
ABSTRACT	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	15
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	15
1. Tujuan Penelitian	15
2. Kontribusi Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	18
A. Kajian Pustaka.....	18
1. Perilaku Konsumen	18
2. Pemasaran	22
3. <i>E-Commerce</i>	28
4. Keputusan Pembelian.....	34
5. Kemudahan Penggunaan.....	42
6. Kepercayaan.....	44
7. Metode Pembayaran.....	46
8. Penelitian Terdahulu	49
9. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	60
B. Rerangka Pemikiran.....	62
C. Hipotesis	63

BAB III METODE PENELITIAN	65
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	65
1. Waktu Penelitian	65
2. Tempat Penelitian.....	65
B. Desain Penelitian	65
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	66
1. Definisi Variabel	66
2. Operasional Variabel.....	69
D. Pengukuran Variabel.....	71
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	72
1. Populasi	72
2. Sampel.....	72
F. Teknik Pengumpulan Data.....	73
G. Metode Analisis Data	74
1. Normalitas Data	74
2. Evaluasi <i>Measurement Outer Model</i>	75
3. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	77
4. Pengujian Hipotesis.....	79
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	80
A. Analisis Deskriptif.....	80
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	80
2. Deskripsi Responden.....	80
3. Deskripsi Variabel.....	83
B. Analisis Data.....	90
1. Uji Kualitas Data.....	90
2. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	91
3. Evaluasi <i>Structural Model (Inner Model)</i>	104
4. Pengujian Hipotesis.....	108
C. Pembahasan	112
1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keputusan Pembelian.....	112
2. Pengaruh Kepercayaan dan Keputusan Pembelian	112

3. Pengaruh Metode Pembayaran dan Keputusan Pembelian.....	113
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	114
A. SIMPULAN.....	114
B. SARAN.....	114
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LAMPIRAN.....	123



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.1.	Hasil Pra Survei pada Keputusan Pembelian.....	14
2.1.	Penelitian Sebelumnya	49
3.1.	Operasional Variabel	69
3.2.	Skala Likert	72
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	81
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	82
4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	82
4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	83
4.6.	Distribusi Frekuensi Variabel Kemudahan Penggunaan	84
4.7.	Distribusi Frekuensi Variabel Kepercayaan	85
4.8.	Distribusi Frekuensi Variabel Metode Pembayaran	87
4.9.	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	88
4.10.	Hasil Uji Skewness.....	90
4.11.	Hasil Uji Convergent Validity	94
4.12.	Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi 1).....	97
4.13.	Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi 2).....	100
4.14.	Hasil Uji Discriminant Validity – Fornell Larcker Criterion	101
4.15.	Hasil Uji Discriminant Validity – Cross Loadings.....	102
4.16.	Hasil Uji Construct Reliability	103
4.17.	Hasil Uji Koefisien Determinasi	105
4.18.	Hasil Uji f Square	106
4.19.	Hasil Uji Predictive relevance (Q2)	106
4.20.	Hasil Uji Model Fit.....	107
4.21.	Hasil Pengujian Hipotesis.....	111

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.1.	Penetrasi Pengguna Internet	3
1.2.	Perilaku Pengguna Internet.....	5
1.3.	Jenis Metode Pembayaran E-Commerce.....	7
1.4.	Jumlah Pengunjung E-Commerce Terbesar Q4 2019	8
2.1.	Proses Pengambilan Keputusan.....	36
2.2.	Rerangka Pemikiran	63
4.1.	Hasil Uji Convergent Validity	93
4.2.	Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi 1).....	96
4.3.	Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi 2).....	99
4.4.	Hasil Pengujian Bootstrapping	110



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian.....	123
2.	Data Responden.....	129
3.	Hasil Uji Skewness.....	135
4.	Hasil Uji Convergent Validity.....	136
6.	Hasil Uji Convergent Validity	137
7.	Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi 1)	138
8.	Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi 1)	139
9.	Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi 2).....	140
10.	Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi 2).....	140
11.	Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi 2).....	141
12.	Hasil Uji Discriminant Validity – Fornell Larcker Criterion	142
13.	Hasil Uji Discriminant Validity – Cross Loadings	142
14.	Hasil Uji Construct Reliability	143
15.	Hasil Uji Koefisien Determinasi	143
16.	Hasil Uji f Square.....	144
17.	Hasil Uji Predictive relevance (Q2).....	144
18.	Hasil Uji Model Fit.....	144
19.	Hasil Pengujian Bootstrapping.....	145
20.	Hasil Pengujian Hipotesis.....	146