

**Pengaruh Getok Tular Elektronik, Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas  
Website Situs Bhinneka.com terhadap Keputusan Pembelian Konsumen**

**(Studi pada pengguna Bhinneka.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 : Muhammad Faishal Ghiffari**

**Nim : 43118010403**

**Program Studi S1 Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**JAKARTA**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Faishal Ghiffari

NIM : 43118010403

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 (penjiplak).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 5 Maret 2021

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



**Muhammad Faishal Ghiffari**

**Nim: 43118010403**

**SKRIPSI**

**Pengaruh Getok Tular Elektronik, Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas  
Website Situs Bhinneka.com terhadap Keputusan Pembelian Konsumen  
(Studi pada pengguna Bhinneka.com)**

Oleh :  
Muhammad Faishal Ghiffari  
Nim : 43118010403

Disetujui Untuk Sidang Skripsi  
Pada Tanggal:  
22 Januari 2022

Pembimbing,



U N Dr. Yuli Harwani, M.M. A S

MERCU BUANA

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Faishal Ghiffari  
NIM : 43118010403  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Getok Tular Elektronik, Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Website Situs Bhinneka.com terhadap Keputusan Pembelian Konsumen  
Tanggal Sidang : 16 Maret 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Yuli Harwani, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

 UNIVERSITAS 

Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

MERCU BUANA

LPTA 03221144



Please Scan QRCode to Verify

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum, Wr.Wb Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada peneliti sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini dengan judul “Pengaruh Getok Tular Elektronik, Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Website Situs Bhinneka.com terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada pengguna Bhinneka.com)” ini dapat terselesai dengan baik. skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana

Peneliti 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 selaku dosen pembimbing skripsi Dr. Yuli Harwani, M.M. yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan

Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, Ms selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya. Ir. MM selaku Ketua Program Studi Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
5. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan bertukar pikiran.

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.

Jakarta, 5 Maret 2021



Muhammad Faishal Ghiffari

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian dan kontribusi penelitian .....	9
1. Tujuan penelian.....	9
2. Kontribusi Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
A. KAJIAN PUSTAKA .....	11
1. Pengertian manajemen pemasaran.....	11
2. <i>Theory of reasoned action</i> .....	12
3. Keputusan pembelian.....	13
4. Getok tular elektronik .....	16
5. Kemudahan .....	17
6. Kepercayaan.....	19
7. Kualitas website .....	21
B. Penelitian Terdahulu .....	22
C. Hubungan antara variabel .....	25
D. Rerangka pemikiran .....	27
E. Hipotesis .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	29
B. Desain Penelitian .....	29
C. Definisi dan Oprasional Variabel .....	30
D. Pengukuran Variabel .....	35
E. Populasi dan Sempel .....	36
F. Teknik Pengumpulan Data .....	37
G. Metode Analisis .....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	43
B. Analisis Deskriptif.....	44
1. Karakteristik Responden .....	44
2. Deskriptif Jawaban Responden .....	46



C. Metode Analisis Data	
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i> .....	52
a. <i>Convergent Validity</i> .....	52
b. <i>Discriminant Validity</i> .....	54
c. <i>Heterotrait-Monotrait Ration (HTMT)</i> .....	56
d. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	56
e. <i>Composite Reliability Dan Cronbach's Alpha</i> .....	57
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis .....	58
a. Nilai <i>F Square</i> .....	58
b. Nilai <i>R Square</i> .....	58
c. <i>Goodness Of Fit Model</i> .....	59
d. Hasil pengujian <i>Varian inflation factor</i> .....	60
e. Hasil Pengujian Hipotesis.....	60
D. Pembahasan	
1. Pengaruh getok tular elektronik terhadap keputusan pembelian.....	62
2. Pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembelian .....	62
3. Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian .....	63
4. Pengaruh kualitas website terhadap keputusan pembelian .....	64
<b>BAB V    SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	65
B. Saran.....	66
1. Bagi Perusahaan.....	66
2. Bagi Peneliti Selanjutnya .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>72</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top brand index.....	3
Tabel 1.2 Jumlah kunjungan Situs Bhinneka.....	4
Tabel 1.3 Jumlah pengunduhan aplikasi.....	5
Tabel 1.4 Tabel pra-survei.....	7
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	34
Tabel 3.2 Skala Likert.....	36
Tabel 4.1 Karakteristik responden Bhinneka.Com.....	45
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Getok Tular elektronik.....	47
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Kemudahan.....	48
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	48
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kualitas website.....	49
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Keputusan pembelian konsumen.....	51
Tabel 4.7 Uji <i>Discriminat Validity (Fornell larcker)</i> .....	55
Tabel 4.8 <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> .....	56
Tabel 4.9 <i>Average Variance Extracted</i> .....	56
Tabel 4.10 <i>Composite realibility dan Cronbach Alpha</i> .....	57
Tabel 4.11 Nilai <i>F Square</i> .....	58
Tabel 4.12 Nilai <i>R Square</i> .....	59
Tabel 4.13 <i>Q2 Square Variabel endogen</i> .....	59
Tabel 4.14 Hasil pengujian <i>Varian inflation factor</i> .....	60
Tabel 4.15 Hasil pengujian hipotesis.....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Proyeksi penggunaan internet .....	2
Gambar 2. 1 Rerangka konseptual .....	26
Gambar 4.1 Hasil <i>Algorithm PLS</i> .....	53
Gambar 4.2 Hasil <i>Algorithm PLS</i> (Modifikasi) .....	54
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Bootstrapping .....	61



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner .....	72
Lampiran 2	Hasil Karakteristik Responden .....	78
Lampiran 3	Deskriptif Jawaban Responden.....	104
Lampiran 4	Hasil Pengujian <i>Measurement (Outer Model)</i> .....	107
Lampiran 5	Hasil Pengujian Hipotesis .....	109



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA