

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN,  
KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP  
MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA APLIKASI  
BELANJA *ONLINE* BUKALAPAK**

**SKRIPSI**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN,  
KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP  
MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA APLIKASI  
BELANJA *ONLINE* BUKALAPAK**

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



**Nama : M. Robi Anggara**

**NIM : 43118110261**

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

**2022**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Robi Anggara

NIM : 43118110261

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 proposal ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSIT **Jakarta, 31 Agustus 2022**  
MERCU BUANA



**M. Robi Anggara**  
**43118110261**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : M. Robi Anggara  
NIM : 43118110261  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH KEMUDAHAN  
PENGUNAA,KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG  
KONSUMEN PADA APLIKASI BELANJA ONLINE  
BUKALAPAK  
Tanggal Sidang : 23 November 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Yennida Parmariza, S.Sos., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana  
Manajemen Ketua Program Studi S1



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 01232028



Please Scan QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkah dan rahmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul ***“PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA APLIKASI BELANJA ONLINE BUKALAPAK”***. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini tidak lepas dari bimbingan Ibu Yennida Parmariza, S.Sos., MM. selaku Dosen Pembimbing tugas akhir yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng 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, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Mama dan Papa, yang sangat penulis cintai yang juga telah membesarkan dan mendidik serta memberi inspirasi dan do'a yang tiada hentinya selalu

kepada penulis, adik-adik dan seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.

6. Untuk Teman-teman Mercu Buana Jurusan Ekonomi dan Bisnis angkatan 2018 terima kasih banyak untuk semangat dan dukungannya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran, dan masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya.

Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam tugas akhir ini. Terima kasih.

Jakarta, 31 Agustus 2022

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

M. Robi Anggara

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kontribusi Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	11
1. Manajemen Pemasaran .....	11
2. Minat Beli Ulang .....	17
3. <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB).....	20
4. Kemudahan Penggunaan.....	21
5. Kepercayaan.....	23
6. Persepsi Harga .....	25
B. Penelitian Terdahulu .....	26
C. Hubungan Antar Variabel .....	31
D. Kerangka Konseptual.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	34
1. Waktu Penelitian.....	34

2. Tempat Penelitian .....	34
B. Desain Penelitian .....	34
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	35
1. Definisi Variabel.....	35
2. Operasional Variabel .....	37
D. Skala Pengukuran.....	39
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
1. Populasi Penelitian.....	40
2. Sampel .....	41
F. Metode Pengumpulan Data.....	42
G. Metode Analisis Data.....	43
1. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model .....	43
a. <i>Convergent Validity</i> .....	44
b. <i>Discriminant Validity</i> .....	44
c. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha's</i> .....	45
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis .....	46
a. Hasil Pengujian Hipotesis .....	46
b. Nilai <i>R-Square</i> .....	46
c. <i>f<sup>2</sup> Effect Size</i> .....	47
d. <i>Prediction Relevance (Q Square)</i> .....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
B. Karakteristik Responden.....	50
C. Hasil Deskriptif Variabel .....	51
1. Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan (X1) .....	51
2. Deskriptif Variabel Kepercayaan (X2).....	52
3. Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X1).....	53
4. Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	54
D. Metode Analisis Data.....	55
1. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model .....	56
a. <i>Convergent Validity</i> .....	56



b. <i>Discriminant Validity</i> .....	63
c. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha's</i> .....	65
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis .....	66
a. Hasil Pengujian Hipotesis .....	66
b. Nilai <i>R-Square</i> .....	68
c. <i>f<sup>2</sup> Effect Size</i> .....	69
d. <i>Prediction Relevance (Q Square)</i> .....	70
E. Pembahasan Hasil Penelitian .....	71
1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X1) terhadap Minat Beli Ulang (Y) .....	71
2. Pengaruh Kepercayaan (X2) terhadap Minat Beli Ulang (Y) .....	71
3. Pengaruh Persepsi Harga (X3) terhadap Minat Beli Ulang (Y) .....	72
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	73
B. Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	76
<b>LAMPIRAN</b> .....	81

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Hasil Pra Survei .....	6
2.1	Penelitian Terdahulu .....	26
3.1	Tabel Operasionalisasi Variabel .....	37
3.2	Instrumen Skala <i>Likert</i> .....	40
3.3	<i>Rule of Thumb</i> Validitas <i>Outer Model</i> Reflektif .....	44
3.4	<i>Rule of Thumb</i> Reliabilitas <i>Outer Model</i> Reflektif .....	45
3.5	Ringkasan Kriteria Evaluasi Model Struktural (Inner Model) .....	47
4.1	Statistik Deskripsi Sampel .....	50
4.2	Hasil Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan .....	51
4.3	Hasil Deskriptif Variabel Kepercayaan .....	52
4.4	Hasil Deskriptif Variabel Persepsi Harga .....	53
4.5	Hasil Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang .....	55
4.6	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	57
4.7	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi 1) .....	59
4.8	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi 2) .....	61
4.9	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Cross Loadings</i> ) .....	63
4.10	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Fornell-Lacker Criterion</i> ) .....	65
4.11	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha's</i> .....	66
4.12	Hasil Pengujian <i>Path Coefficients</i> .....	67
4.13	Hasil Pengujian <i>R-Square</i> .....	68
4.14	Hasil Pengujian <i>f<sup>2</sup> Effect Size</i> .....	69
4.15	Hasil Pengujian <i>Prediction Relevance (Q<sup>2</sup>)</i> .....	70

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1. 1	Peta Persaingan E-commerce di Indonesia 2020 .....	2
1. 2	Jumlah Pengunjung Bukalapak Q1 2019 – Q3 2021 .....	3
2. 1	Kerangka Konseptual .....	33
4. 1	Hasil Algoritma PLS .....	58
4. 2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi 1).....	60
4. 3	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi 2).....	62
4. 4	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> .....	67



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1:	Pra Survei .....	81
Lampiran 2:	Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 3:	Hasil Kuesioner Responden .....	88
Lampiran 4:	Hasil Pengujian Data .....	105

