

PENGARUH DIMENSI *E-SERVICE QUALITY TRUST, RELIABILITY,*
RESPONSIVE, WEB DESIGN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA BUKALAPAK.COM
(Studi Kasus Pada Wilayah Jakarta Barat)

SKRIPSI



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

PENGARUH DIMENSI *E-SERVICE QUALITY*
TRUST, RELIABILITY, RESPONSIVE, WEB DESIGN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUKALAPAK.COM
(Studi Kasus Pada Wilayah Jakarta Barat)

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



Nama : Yudha Hardiansyah

NIM : 43115120042

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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yudha Hardiansyah

NIM : 43115120042

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Agustus 2020



Yudha Hardiansyah

Nim: 43115120042

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yudha Hardiansyah

NIM : 43115120042

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Dimensi *E-Service Quality Trust, Reliability, Responsive, Web Design* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bukalapak.com
(Studi Kasus Pada Wilayah Jakarta Barat)

Tanggal Lulus Ujian : 25 November 2020

Disahkan Oleh:

Pembimbing



Dr. Catur Widayati., SE., MM
Tanggal: 30 November 2020

Dekan



Dr. Harnoviansah, Ak, M.Si., CA., CIPSAS
Tanggal:

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ketua Penguji



Ali Hanafiah, SE, MM
30/11/20

Ketua Program Studi
S1 Manajemen



Dr. Daru Asih, M.Si
Tanggal:

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Dimensi *E-service Quality Trust, Reliability, Responsive, Web Design* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bukalapak.com. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di wilayah Cengkareng, Jakarta Barat yang telah melakukan transaksi dalam Bukalapak pada waktu 6 bulan terakhir (April-September 2019). Sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden, dihitung berdasarkan rumus Hair. Metode penarikan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode *survey*, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Responsive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Web Design* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Dimensi *E-service Quality*, Keputusan Pembelian , Bukalapak.com



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of E-service Quality Dimensions Trust, Reliability, Responsive, Web Design On Buying Decision On Bukalapak.com. The population in this study were people in the Cengkareng area, West Jakarta who had made transactions in Bukalapak in the last 6 months (April-September 2019). The sample used was 100 respondents, calculated based on the Hair formula. The sampling method used was purposive sampling. Methods of data collection using survey methods, with the research instrument is a questionnaire. Data analysis method using Partial Least Square. This study proves that trust has a positive and significant effect on buying decisions. Reliability has a positive and significant effect on buying decisions. Responsive has a positive and significant effect on buying decisions. Web Design has a positive and significant effect on buying decisions.

Keywords : Dimensi E-service Quality, Buying Decision, Bukalapak.com



KATA PENGANTAR

Segala Puji Bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Dimensi *E-Service Quality Trust, Reliability, Responsive, Web Design Terhadap Keputusan Pembelian Pada 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, Ibu Dr. Catur Widayati, SE, MM. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.

Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis sampaikan puji syukur atas kekuatan Tuhan Yang Maha Esa yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

2. Bapak Dr. Harnoviansah, Ak, M.Si., CA., CIPSAS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Agus Arijanto, SE, MM selaku Dosen penelaah saya yang selalu memberikan dukungan dan memberikan bimbingan kepada saya.
5. Keluarga penulis khususnya kedua orangtua yaitu Bapak dan Ibu saya yang selalu memberikan motivasi dan dukungannya serta selalu menyertai penulis dengan do'a dan restunya.
6. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
7. Untuk teman – teman Manajemen pemasaran Team Lanang, Chris, Fawzy, Rifky, Bayu, Dan Hardin terima kasih atas bantuannya. Dan semua teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
8. Kepada Suli sebagai teman spesial yang tiada hentinya memberikan dukungan penuh dan semangat maupun motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan tugas skripsi ini.
9. Kepada sahabat-sahabat seperjuangan peneliti selama kuliah.

Jakarta, 12 Agustus 2020

Yudha Hardiansyah

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	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	15
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	15
D. Kontribusi Penelitian	16
BAB II	
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
A. Kajian Pustaka	17
1. Perilaku Konsumen	17
a. Pengertian Perilaku Konsumen	17
b. Jenis – Jenis Perilaku Konsumen	18
c. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	20
2. Pengertian Pemasaran	22
3. Pemasaran Jasa	23
a. Karakteristik Jasa	23
4. Kualitas Pelayanan Elektronik	24
5. Dimensi <i>E-Service Quality</i>	25
a. E-Service Quality Dimensi Trust	29

b.	E-Service Quality Dimensi Responsive	30
c.	E-Service Quality Dimensi Reliability	31
d.	E-Service Quality Dimensi Web Design	32
6.	Keputusan Pembelian	32
a.	Pengertian Keputusan Pembelian	32
b.	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	34
7.	Penelitian Terdahulu	46
8.	Pengembangan Hipotesis	48
a.	Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian	48
b.	Pengaruh <i>Responsive</i> Terhadap Keputusan Pembelian	48
c.	Pengaruh <i>Reliability</i> Terhadap Keputusan Pembelian	49
d.	Pengaruh <i>Web Design</i> Terhadap Keputusan Pembelian	49
B.	Kerangka Pemikiran	50
C.	Hipotesis	51
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	52
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	52
B.	Desain Penelitian	52
C.	Definisi dan Oprasional Variabel	53
1.	Definisi Variabel	53
2.	Oprasionalisasi Variabel	54
D.	Skala Pengukuran	57
E.	Populasi dan Sampel	57
1.	Populasi Penelitian	57
2.	Sampel Penelitian	58

F. Metode Pengumpulan Data	59
G. Metode Analisis Data	60
1. Analisis Deskriptif	60
2. Analisis Partial Least Square	61
3. Langkah – Langkah Pengujian Analisis PLS	61
4. Model Struktural Atau Uji Hipotesis	62
a. Nilai <i>R-Square</i>	63
b. <i>Goodness Fit Mode</i>	63
c. Pengujian Hipotesis	63
BAB IV	
HASIL DAN PEMBAHASAN	64
A. Analisis Deskriptif	64
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	64
2. Deskripsi Responden	65
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	66
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini	66
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Setiap Bulan	67
3. Deskriptif Variabel	67
a. Hasil Deskriptif <i>Trust</i>	68
b. Hasil Deskriptif <i>Responsive</i>	68
c. Hasil Deskriptif <i>Reliability</i>	69
d. Hasil Deskriptif <i>Web Design</i>	70
e. Hasil Deskriptif Keputusan Pembelian	70
B. Hasil Uji Kualitas Data	71
1. Evaluasi Measurement (Outer Model)	71
a. Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	71
b. Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i>	75

2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	78
a. Hasil Pengujian <i>R-Square</i>	78
b. Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit Model</i>	78
c. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	79
C. Pembahasan Hasil Penelitian	81
1. Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian	81
2. Pengaruh <i>Reliability</i> Terhadap Keputusan Pembelian	81
3. Pengaruh <i>Responsive</i> Terhadap Keputusan Pembelian	82
4. Pengaruh <i>Web Design</i> Terhadap Keputusan Pembelian	83
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Pertumbuhan Penjualan E-Commerce Di Indonesia	6
1.2	Top Brands E-Commerce Di Indonesia	10
1.3	Sales Traffic E-Commerce	11
1.4	Hasil Pra Survey	12
2.1	Penelitian Terdahulu	46
3.1	Operational Variabel	55
3.2	Instrument Skala Likert	57
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	66
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini	66
4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Setiap Bulan	67
4.5	Hasil Deskriptif Variabel Trust	68
4.6	Hasil Deskriptif Variabel Responsive	68
4.7	Hasil Deskriptif Variabel Reliability	69
4.8	Hasil Deskriptif Variabel Web Design	70
4.9	Hasil Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	71
4.10	Hasil Pengujian Convergent Validity	72
4.11	Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi)	74
4.12	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross loadings)	76
4.13	Hasil Pengujian AVE	77
4.14	Hasil Pengujian Composite Reliability & Cronbach's Alpha	77
4.15	Nilai R ² Variabel Endogen	78
4.16	Hasil Pengujian Prediction Relevance	81
4.17	Hasil Pengujian Hipotesis	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Tampilan Bukalapak	9
2.1	Kerangka Pemikiran	50
4.1	Hasil Alogaritma PLS	73
4.2	Hasil Alogaritma PLS (Modifikasi)	75
4.3	Hasil Uji Boostrapping	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuisisioner	90
2	Deskripsi Responden	91
3	Deskripsi Variabel	92
4	Hasil Kuisisioner	94
5	Hasil Output PLS	106
6	Chart	110

