

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEPUASAN DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT
PEMBELIAN DI SITUS JUAL BELI ONLINE
BUKALAPAK.COM**

**(Studi kasus pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan
Manajemen S1 Angkatan 2013 yang masih aktif Universitas Mercu Buana di
Wilayah Meruya - Jakarta Barat)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas MercuBuana Jakarta**



Nama : Rifda Adilla

Nim : 43113010181

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEPUASAN DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT
PEMBELIAN DI SITUS JUAL BELI ONLINE
BUKALAPAK.COM**

**(Studi kasus pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan
Manajemen S1 Angkatan 2013 yang masih aktif Universitas Mercu Buana di
Wilayah Meruya - Jakarta Barat)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas MercuBuana Jakarta**



Nama : Rifda Adilla

Nim : 43113010181

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rifda Adilla
Nim : 43113010181
Program Studi : SI 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 (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Juni 2017



Rifda Adilla

NIM : 43113010181

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rifda Adilla
Nim : 43113010181
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan, Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Pembelian Di Situs Jual Beli Online Bukalapak.com (Studi kasus pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen S1 Angkatan 2013 yang masih aktif Universitas Mercu Buana di Wilayah Meruya - Jakarta Barat).
Tanggal Lulus Ujian : 13 Juni 2017

Disahkan oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji,



Yennida Parmariza, S.Sos., MM

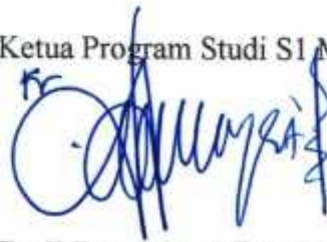
Hesti Maheswari, SE., M.Si

Tanggal :

Tanggal : 18-06-2017

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA

Dudi Permana, MM., Ph.D

Tanggal : 19-06-2017

Tanggal : 19/6/2017

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 Kemudahan, Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Disitus Jual Beli Online Bukalapak.Com (Studi kasus pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen S1 Angkatan 2013 yang masih aktif Universitas Mercu Buana di Wilayah Meruya - Jakarta Barat)”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Program Studi Manajemen S1 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 Yennida Parmariza, S.Sos., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Yennida Parmariza, S.Sos., MM. Selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan skripsi ini, yang telah banyak memberikan arahan dan meluangkan waktunya untuk membimbing penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Kedua orang tua tercinta (Ma'mun S.Pd dan Nurhayati) yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kakak dan Adik tercinta (Evawani Elisa S.Pd dan Rifkia Hilma Maulida) yang selalu memberikan support, doa, dan perhatian serta menginspirasi peneliti selama ini.
7. Jajaran program studi Manajemen S1, Mochamad Soelton, S.Psi., MM dan Ryani Dhyan Parashakti, SE., MM selaku Sekretaris I dan Sekretaris II Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
8. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.

9. Teman-teman satu bimbingan yang selalu ada dan saling mendukung : Resti Meilani, Septy Indriani, Suhana dan Rahni Wijayanti.
10. Sahabat - sahabat penulis: Resti Meilani, Istiqomah, Nurhana, Diah Kirana, Dina Widya, Aliyah, Dessy Komala, Nurul Permata, Putri Hardiyanti, Rahni Wijayanti, Gita Destriani, Bella Riansila Karuntu yang telah memberikan doa dan motivasi pada penulis.
11. Seluruh mahasiswa Manajemen S1 angkatan 2013 yang telah memberikan semangat kepada penulis yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 13 Juni 2017

Rifda Adilla

NIM : 43113010181

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	13
1. Tujuan Penelitian	13
2. Kontribusi Penelitian	14
BAB II	
KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL, DAN	
HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	15
1. Pengertian Pemasaran	15
2. Manajemen Pemasaran	15

3. Kegiatan Utama Pemasaran	16
4. Definisi <i>E-commerce</i>	17
5. Komponen <i>E-commerce</i>	18
6. Konsep <i>E-commerce</i>	19
7. Mekanisme Pembayaran <i>E-commerce</i>	22
8. Pengertian Kemudahan	23
9. Pengertian Kepuasan	28
10. Kepercayaan Konsumen	31
11. Minat Pembelian	39
12. Penelitian Terdahulu.....	47
13. Hubungan Antar Variabel	49
B. Rerangka Penelitian.....	53
C. Hipotesis	53



BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	54
1. Waktu Penelitian	54
2. Tempat Penelitian	54
B. Desain penelitian	54
C. Definisi dan Operasional Variabel	55
1. Pengertian Variabel	55
2. Definisi Operasional Variabel	56
D. Pengukuran Variabel	58

E. Populasi dan Sampel	59
1. Populasi	59
2. Sampel	60
F. Teknik Pengumpulan Data	61
G. Jenis Data Penelitian	62
H. Metode Analisis Data	62
1. SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	62
2. Uji Kualitas Data	67
a. Uji Validitas	67
b. Uji Reliabilitas	68
c. Pengujian Hipotesis	69

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	71
B. Tempat dan waktu Penelitian	73
C. Statistik Deskriptif	73
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan per BulanOrang Tua Responden	75
D. Uji Asumsi dan Kemudahan Instrumen Penelitian	76
1. Hasil Uji Validitas Variabel	77
2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	79
E. Uji Kecocokan Model Pengukuran	87

1. Uji Kecocokan Model Keseluruhan	87
2. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T)	89
3. Pengujian Hipotesis Penelitian	91
F. Analisis Hasil Penelitian.....	93
1. Analisis Kemudahan terhadap Minat Pembelian	93
2. Analisis Kepuasan terhadap Minat Pembelian	93
3. Analisis Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Pembelian	94
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	95
B. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	102

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tabel Peringkat Situs <i>E-commerce</i> di Indonesia	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	47
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	58
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	58
Tabel 3.3 <i>Goodness Of Fit Index</i>	67
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Kemudahan	79
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Kepuasan	82
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen	84
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Minat Pembelian	87
Tabel 4.5 Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran	90
Tabel 4.6 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural Model Penelitian	92
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	93

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1	2
Gambar 1.2.....	5
Gambar 1.3.....	11
Gambar 2.1 Rerangka Konseptual	54
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	75
Gambar 4.2 Penghasilan per Bulan Orang Tua Responden	76
Gambar 4.3 Model Pengukuran Variabel Kemudahan	79
Gambar 4.4 Model Pengukuran Variabel Kepuasan	81
Gambar 4.5 Model Pengukuran Variabel Kepercayaan Konsumen	83
Gambar 4.6 Model Pengukuran Variabel Minat Pembelian	86
Gambar 4.7 Model Pengukuran Keseluruhan Variabel Penelitian	89
Gambar 4.8 Model Struktural (T Value)	91

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner	105
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner	109
Lampiran 3 : Hasil Karakteristik Responden (Excel)	119
Lampiran 4 : Uji Validitas	120
Lampiran 5 : Uji Reliabilitas	122
Lampiran 6 : Uji Kecocokan Model Keseluruhan	123
Lampiran 7 : Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T)	125

