

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SECARA ONLINE**

(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Bukalapak.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 : DEBI HANDAYANI

NIM : 43113010346

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Debi Handayani

NIM : 43113010346

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni karya sendiri. Apabila saya mengutip dari 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 sebenarnya.

Jakarta, 12 September 2017



Debi Handayani

NIM : 43113010346

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Debi Handayani
NIM : 43113010346
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online.
(Studi Kasus Pengguna Aplikasi Bukalapak.com)
Tanggal Lulus Ujian : 12 September 2017

Disahkan oleh:

Pembimbing,

Ketua Penguji,



R. Astini UNIVERSITAS *Agus Arijanto*
MERCU BUANA

Dr. Rina Astini SE., MM, CPM (ASIA).

Tanggal: 18/9 2017

Agus Arijanto, SE, MM.

Tanggal: 16-9-2017

Dekan,

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,

Dr. Harnovinsah, Ak. MS., CA.

Tanggal: 18/9 2017

Dudi Permana, ST., MM., Ph.d

Tanggal: 18/9-2017

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat- Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat di dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul yang di pilih penulis adalah **“Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Bukalapak.com).**

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menyadari adanya keterbatasan, ketidaksempurnaan dalam penyusunan skripsi ini, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis selalu berusaha untuk memperbaiki diri menuju kesempurnaan dimasa yang akan datang.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan saran, maupun dorongan moril dan materil sehingga skripsi ini dapat di selesaikan tepat pada waktunya, oleh karena itu pada kesempatan kali ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnoviansah, Ak., M.si., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Ibu Dr. Rina Astini SE., MM, CPM (ASIA) selaku Dosen Pembimbing yang selalu sabar membimbing dengan setulus hati, banyak meluangkan waktunya dan memberikan saran serta semangat selama bimbingan demi terselesaikan skripsi ini.
5. Kepada kedua orang tua saya Imroni dan Era Fana yang telah memberikan doa dan dukungan moral serta material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Adikku Muhammad Raffasya, Zahwa Laura Imron dan Dwiki Imroni yang memberi semangat, doa dan dukungan bagi peneliti.
7. Kepada teman - teman ku : Maudy Audina, S.spi, Siti Khodijah,S.E, Lisa Safitri,S.E, Selvia Monica,S.E, Shintya Maulidya,S.E , Dessy Komala,S.E, Ari Ferdiansyah, Nike Andriyani yang terus memberiku motivasi dalam pengingat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini dan bermanfaat bagi penulisan, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Terima kasih.

Jakarta, 12 September 2017

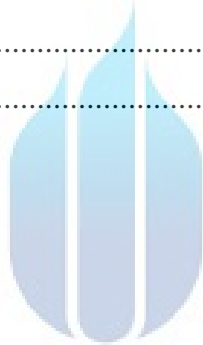
Debi Handayani

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian Dan Kontribusi Penelitian	10
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	11
A. Kajian Pustaka	11
1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	11
2. Keputusan Pembelian.....	14
a. Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	17
b. Kemudahan (<i>ease of use</i>)	22
c. Kualitas Informasi (<i>Information quality</i>)	23
B. Pengaruh Antar Variabel	29
C. Penelitian Terdahulu	37
D. Rerangka Pemikiran Teoritis	39
E. Hipotesis Penelitian.....	40
BAB III.....	41
METODE PENELITIAN.....	41

A. Waktu dan Tempat Penelitian	41
1. Waktu Penelitian.....	41
2. Tempat Penelitian	41
B. Desain Penelitian	41
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	42
1. Definisi variabel.....	42
2. Definisi Operasional Variabel	43
D. Pengukuran Skala	46
E. Populasi dan sampel Penelitian	47
1. Populasi	47
2. Sampel.....	47
F. Jenis dan Sumber Data	48
G. Metode Analisis.....	49
1 Uji Validitas.....	49
2.Uji Reliabilitas.....	49
3.Structural Equation Modeling (SEM).....	51
4.Pengujian Hipotesis	58
BAB IV	59
HASIL DAN PEMBAHASAN	59
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
B. Karakteristik Profil Responden	60
a.Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
b.Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	62
c.Deskripsi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	63
d.Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan Responden.....	63
e.Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan Responden untuk Berbelanja Online.	66
f. Deskripsi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal Responden	67
C. Hasil Deskriptif Responden	69
D. Hasil Uji Validitas Variabel Dan Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	73
E . Uji Kecocokan Model Keseluruhan.....	85

1. Uji kecocokan Model Keseluruhan.....	85
2. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T).....	90
3. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	91
F. Analisis Hasil Penelitian.....	93
1. Analisis kepercayaan terhadap keputusan pembelian.....	93
2. Analisis kemudahan terhadap keputusan pembelian.....	93
3. Analisis kualitas informasi terhadap keputusan pembelian.....	94
BAB V.....	96
A. KESIMPULAN.....	96
B. SARAN.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN- LAMPIRAN.....	101



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

2.1	Tabel Indikator Kepercayaan.....	21
2.2	Tabel Indikator Kemudahan	23
2.3	Tabel Indikator Kualitas Informasi	25
2.4	Tabel Penelitian Terdahulu.....	37
3.1	Operasional Variabel Penelitian	44
3.2	Instrumen Skala Likert	46
3.3	Goodness of Fit Index	56
4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.2	Karakteristik Berdasarkan Usia	62
4.3	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	63
4.4	Karakteristik Berdasarkan Penghasilan.....	65
4.5	Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran Belanja Online	66
4.6	Karakteristik Berdasarkan Tempat Tinggal.....	68
4.7	Deskriptif Responden (Kepercayaan)	69
4.8	Deskriptif Responden (Kemudahan).....	70
4.9	Deskriptif Responden (Kualitas Informasi).....	71
4.10	Deskriptif Responden (Keputusan Pembelian).....	72
4.11	Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	75
4.12	Uji Validitas Variabel Kemudahan	78
4.13	Uji Validitas Variabel Kualitas Informasi	80
4.14	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	83
4.15	Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran	87
4.16	Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran (Modifikasi).....	89
4.17	Hasil Uji Kecocokan Model Struktural Model Penelitian.....	91
4.18	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	92

DAFTAR GAMBAR

1.1	Grafik Pengguna Internet di Indonesia.....	3
1.2	Traffic Rank Bukalapak.com.....	6
1.3	Review Tentang Bukalapak.com.....	7
2.1	Proses Keputusan Pembelian.....	14
2.2	Gambar Kerangka Pemikiran.....	39
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	65
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Berbelanja Online.....	66
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	68
4.1	Model Pengukuran Variabel Kepercayaan.....	75
4.2	Model Pengukuran Variabel Kemudahan.....	78
4.3	Model Pengukuran Variabel Kualitas Informasi.....	80
4.4	Model Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian.....	83
4.5	Model Pengukuran Variabel Penelitian.....	86
4.6	Model Pengukuran Variabel Penelitian Setelah Modifikasi.....	88
4.7	Model Struktural (T- Value).....	90

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN- LAMPIRAN	101
Lampiran 1 : Kuesioner.....	102
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner.....	106
Lampiran 3 : Hasil Rekapitulasi Kuesioner	110
Lampiran 4 : Hasil Deskriptif Responden (Excel)	116
Lampiran 5 : Hasil Karakteristik Responden (SPSS).....	118
Lampiran 6 : Uji Validitas.....	127
Lampiran 7 : Uji Reliabilitas dan Validitas.....	129
Lampiran 8 : Uji Kecocokan Model Keseluruhan.....	130
Lampiran 9 : Uji Kecocokan Model Keseluruhan (Modifikasi)	131

