

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN BERBELANJA, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SECARA ONLINE DI TOKOPEDIA.COM**

(Studi Kasus Pada Pengguna Situs Belanja Online Tokopedia.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 : Eva Restiani

NIM : 43113110295

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eva Restiani

NIM : 43113110295

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 (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 24 Juli 2017



Eva Restiani
NIM : 43113110295

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Eva Restiani
NIM : 43113110295
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian secara online di Tokopedia.com (studi kasus pada pengguna situs belanja online di Tokopedia.com)
Tanggal Lulus Ujian : 24 Agustus 2017


Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji,


Dr. Tafiprios, SE., MM

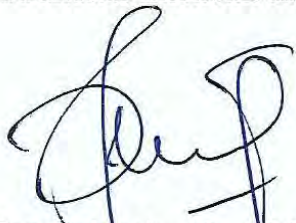
Tanggal : 25-8-2017.


Tri Wahyono, SE., MM


Tanggal : 28-8-2017

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi


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

Tanggal : 28-8-2017

S1 Manajemen,

Dudi Permana, MM., Ph.D

Tanggal : 28-8-2017

KATA PENGANTAR

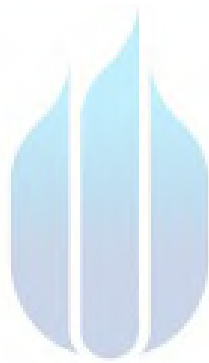
Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Belanja Online Tokopedia.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 pihak, khususnya Bapak Dr. Tafiprios, 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, 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 ini terutama kepada :

1. Kedua orang tua saya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada peneliti serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi SI Manajemen Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Untuk Reza Hanafitri, Dwi Aryani dan Ira Miranti, yang telah memberikan semangat dan doa.

7. Dan seluruh teman-teman Manajemen SI FEB UMB angkatan 2013 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

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, 24 Juli 2017

Eva Restiani

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	16
C. Tujuan dan Kontribusi penelitian	16
1. Tujuan Penelitian	16
2. Kontribusi Penelitian	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	18
1. Teori Pemasaran.....	18
2. Teori Electronic Commerce	20
3. Teori Kepercayaan	22
4. Teori Kemudahan Berbelanja	24

5. Teori Kualitas Pelayanan	25
6. Teori Perilaku Konsumen	27
7. Teori Keputusan Pembelian	32
B. Kajian Riset Terdahulu.....	31
C. Hubungan Antar Variabel.....	38
D. Rerangka Pemikiran.....	40
E. Hipotesis	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	43
B. Desain Penelitian	43
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	43
1. Definisi Variabel	43
2. Operasional Variabel.....	45
D. Pengukuran Variabel	47
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
1. Populasi	48
2. Sampel.....	48
F. Teknik Pengumpulan Data	49
G. Metode Analisis	51
1. Uji Statistik Deskriptif	51
2. Uji Validitas	51
3. Uji Reliabilitas	52
4. Metode Statistik	52

a. Definisi Structural Equation Modeling	52
b. Konsep Dasar Structural Equation Modeling	53
c. Tahapan-Tahapan dalam Structural Equation Modeling ...	54

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	61
B. Statistik Deskriptif.....	62
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	63
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	64
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
C. Analisis Deskriptif Variabel.....	66
1. Variabel Kepercayaan.....	66
2. Variabel Kemudahan Berbelanja	67
3. Variabel Kualitas Pelayanan.....	69
4. Variabel Keputusan Pembelian.....	70
D. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel	72
1. Hasil Uji Validitas.....	72
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	82
E. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran.....	82
F. Uji Kecocokan Model Struktural (T-Value)	84
G. Pengujian Hipotesis Penelitian	86
H. Analisis Hasil Penelitian.....	87

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	90
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	95



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Analisis GAP dengan Metode CSI.....	6
Tabel 1.2 Hasil CSI.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Operasional Variabel Kepercayaan.....	45
Tabel 3.2 Operasional Variabel Kemudahan Berbelanja	45
Tabel 3.3 Operasional Variabel Kualitas Pelayanan.....	46
Tabel 3.4 Operasioanl Variabel Keputusan Pembelian.....	46
Tabel 3.5 Pengukuran Variabel.....	47
Tabel 3.6 <i>Goodness of Fit Statistic</i>	57
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	64
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan.....	66
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Kemudahan Berbelanja	67
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	69
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	74
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Kemudahan Berbelanja.....	75
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	78
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	80

Tabel 4.13 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian	82
Tabel 4.14 Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	84
Tabel 4.15 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural (T-Value).....	85
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah & Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2005 – 2014.....	2
Gambar 1.2 Jumlah & Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2016	
Gambar 1.3 Penyedia E-Commerce di Indonesia	4
Gambar 1.4 Jumlah Pengunjung Tokopedia Melalui Desktop & Mobile Web Pada Bulan Mei - Oktober Tahun 2016.....	5
Gambar 1.5 Perilaku Pengguna Internet di Indonesia Keamanan Bertransaksi Online Tahun 2016.....	7
Gambar 1.6 Resi Pengiriman Tidak Sesuai.....	11
Gambar 1.7 Produk Tidak Sampai Kepada Konsumen.....	12
Gambar 1.8 Proses Vertifikasi Yang Cenderung Lambat	13
Gambar 1.9 Tokopedia.com Sering Mengalami Maintenance	14
Gambar 1.10 Pembayaran Kurang Memuaskan.....	15
Gambar 1.11 Produk Dikirim Tidak Sesuai Dengan Iklan Penjual	15
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	36
Gambar 4.1 Model Pengukuran Variabel Kepercayaan	73
Gambar 4.2 Model Pengukuran Variabel Kemudahan Berbelanja	75
Gambar 4.3 Model Pengukuran Variabel Kualitas Pelayanan	77
Gambar 4.4 Model Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian.....	79
Gambar 4.5 Model Pengukuran Uji Keseluruhan	83
Gambar 4.6 Model Struktural (T-Value).....	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	95
Lampiran 2 Hasil Kuesioner.....	100
Lampiran 3 Hasil Kuesioner Analisis	102
Lampiran 4 Karakteristik Profil Responden.....	103
Lampiran 5 Analisis Deskriptif Variabel	103
Lampiran 6 Uji Validitas Variabel Penelitian	112
Lampiran 7 Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	113
Lampiran 8 Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran	114
Lampiran 9 Model Pengukuran Kecocokan Struktural (T-Value).....	116

