

**Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Keamanan Dan Persepsi
Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang
Pada Marketplace Bukalapak Di Kota Batam**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Resky Tamara Z

NIM : 43118110054

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

**Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Keamanan Dan Persepsi
Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang
Pada Marketplace Bukalapak Di Kota Batam**

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



Nama : Resky Tamara Z

NIM : 43118110054

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Resky Tamara Z
NIM : 43118110054
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marketplace Bukalapak Di Kota Batam
Tanggal Sidang : 25 Maret 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Fadhila Dhia Malihah, B.Com., MIB

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04243785



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Resky Tamara Z

NIM : 43118110054

Program Studi : S 1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, November 2023



Nama: Resky Tamara Z

NIM: 43118110054

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola perilaku konsumen dalam melakukan transaksi jual-beli, khususnya melalui platform online seperti marketplace. Tujuan skripsi ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan, persepsi keamanan, dan persepsi kemudahan penggunaan aplikasi terhadap minat beli ulang pada marketplace Bukalapak di Kota Batam. Dalam penelitian ini, desain penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal dengan pendekatan kuantitatif. Instrumen dari penelitian ini adalah kuesioner dengan menggunakan skala Likert. Populasi yang digunakan adalah 110 orang yang berdomisili di Kota Batam. Metode analisis data menggunakan Partial Least Square versi 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci: Kepercayaan, Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Minat Beli Ulang, Bukalapak, Marketplace, Kota Batam.



ABSTRACT

The development of information technology has changed consumer behavior patterns in carrying out buying and selling transactions, especially through online platforms such as marketplaces. The aim of this thesis is to test and analyze the influence of trust, perceived security, and perceived ease of use of the application on repurchase interest on the Bukalapak marketplace in Batam City. In this research, the research design used is causal research with a quantitative approach. The instrument of this research is a questionnaire using a Likert scale. The population used was 110 people who live in Batam City. The data analysis method uses Partial Least Square version 3. The results of this research show that trust has a positive and significant effect on repurchase intention. Perception of security has a positive and significant effect on repurchase intention. Perceived ease of use has a positive and significant effect on repurchase intention.

Keywords: Influence of Trust, Security, Ease of Use, and Re-buying interests, Bukalapak, Marketplace, Batam City.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia- Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul penelitian **“Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Keamanan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang pada Marketplace Bukalapak di Kota Batam”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, dan bantuan yang sangat berarti dan bermanfaat dari berbagai pihak, khususnya kepada Fadhila Dhia Malihah, B.Com, MIB selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran, bimbingan dan masukan-masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis. Serta penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Zulkarnaini Ibu Hartati Thias yang memberikan semangat serta doa yang tidak bisa tergantikan oleh apapun yang menjadi sosok panutan dan contoh yang baik bagi saya.
2. Kakak saya Thesa Nandarias Zultia, Andriyansyah, Iqli Pranata Zultia, dan Adik saya Finia Novarisy Zultia yang memotivasi saya agar tetap kuat dan semangat hingga Tugas Akhir ini selesai.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Mercu Buana.

5. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Fadhila Dhia Malihah, B.Com, MIB selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
7. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.

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

Jakarta, September 2023



Resky Tamara Z

43118110054

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori	13
1. Manajemen Pemasaran	13
2. Minat Beli Ulang.....	16
3. Kepercayaan	18
4. Persepsi Keamanan	21
5. Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	23
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Pemikiran Penelitian	30
D. Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Tempat dan Waktu Penelitian	34
1. Tempat Penelitian.....	34
2. Waktu Penelitian	34

B. Desain Penelitian	35
C. Definisi dan Operasional Variabel	35
1. Definisi Variabel.....	35
2. Definisi Operasional.....	36
D. Skala Pengukuran Variabel	38
E. Populasi dan Sampel Penelitian	39
F. Metode Pengumpulan Data	40
G. Metode Analisis Data	41
H. Hipotesis	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Analisis Deskriptif	46
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
2. Deskripsi Responden.....	47
3. Deskriptif Jawaban Responden.....	50
B. Analisis Data	54
1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	54
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	60
C. Pembahasan Hasil Penelitian	63
1. Hubungan Antara Kepercayaan dan Minat Beli Ulang.....	64
2. Hubungan Antara Persepsi Keamanan dan Minat Beli Ulang.....	64
3. Hubungan Antara Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Minat Beli Ulang.....	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	65
A. Simpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	3
Gambar 1. 2 Situs Belanja <i>Online</i> dengan Pengunjung Terbesar di Indonesia	4
Gambar 1. 3 <i>Review</i> Pelanggan Bukalapak	9
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4. 1 Logo Bukalapak	46
Gambar 4. 2 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	56
Gambar 4. 3 Hasil Uji <i>Boostrapping</i>	63



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra Survei.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Variabel Operasional dan Indikator Variabel.....	36
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	49
Tabel 4. 5 Deskriptif Pengaruh Kepercayaan.....	50
Tabel 4. 6 Deskriptif Persepsi Keamanan	51
Tabel 4. 7 Deskriptif Persepsi Kemudahan Penggunaan	52
Tabel 4. 8 Deskriptif Minat Beli Ulang	53
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	55
Tabel 4. 10 Hasil <i>Pengujian Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	57
Tabel 4. 11 Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)</i>	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji AVE	58
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	59
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian <i>R-Square</i>	60
Tabel 4. 15 Hasil <i>Construct Crossvalidity Redudancy</i>	61
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian <i>F-Square</i>	61
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Hipotesis	62

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : KUESIONER.....	71
LAMPIRAN 2 : HASIL KUESIONER.....	78
LAMPIRAN 3 : HASIL OUTPUT PLS	90

