

**PENGARUH PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN
MINAT BELI MELALUI KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PRODUK FASHION ONLINE PADA
TOKOPEDIA**

SKRIPSI

OLEH

SURASTIANI PERTIWI

21160000028



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya yang tidak terkira.
2. Bapak Drs. Agustian Burdah, BSBA, MBA selaku Kepala Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, Msc. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Ir. Ginanjar Syamsuar, ME selaku pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Segenap dosen dan staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Segenap keluarga penulis tercinta yaitu Bapak Yahdi dan Ibu Susanna Sumarti selaku Orang tua, dan Kakak Rateh Pristinawati yang senantiasa memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dikuatkan secara moral dan material dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Rekan kuliah angkatan 2016 dan sahabat – sahabat tersayang Ka lina, Ka Tarry, Erwan, Indah, Irwan, Eka, Annisa, Febry dan semua yang saling

memberikan dukungan dan doa disaat kita semua sama-sama sibuk dengan tugas karya tulis masing-masing.

9. Serta berbagai pihak yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 12 Agustus 2020

Surastiani Pertiwi

21160000028

ABSTRAK

Nama	: Surastiani Pertwi	Dosen Pembimbing
NPM	:21160000028	Ir. Ginanjar Syamsuar, ME
Program Studi	: S-1 Manajemen	

PENGARUH PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN MINAT BELI MELALUI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK FASHION ONLINE PADA TOKOPEDIA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan kepercayaan minat beli melalui kepuasan konsumen terhadap produk fashion online pada Tokopedia.

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian yang bersifat asosiatif dengan metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data yang bersifat kuantitatif yaitu berupa hasil kuesioner yang diisi oleh responden yang berbelanja produk fashion online di Tokopedia dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan convenience sampling. Metoda statistik yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan aplikasi IBM Statistic SPSS v.25.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa : Yang pertama Pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat beli. Yang kedua Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat beli. Yang ketiga Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap minat beli. Yang keempat Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Yang kelima Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Yang keenam Kepuasan konsumen merupakan variable intervening untuk pengaruh pelayanan terhadap minat beli. Dan yang ketujuh Kepuasan konsumen bukan merupakan variable intervening untuk pengaruh kepercayaan terhadap minat beli.

Kata Kunci: Pelayanan, Kepercayaan, Minat Beli dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Name	: Surastiani Pertiwi	Supervisor
NPM	: 21160000028	Ir. Ginanjar Syamsuar, ME
Program Studi	: S-1 Manajemen	

THE EFFECT OF SERVICE AND TRUST INTEREST IN BUYING THROUGH CONSUMER SATISFACTION ON FASHION ONLINE PRODUCTS IN TOKOPEDIA

This study aims to determine the effect of service and purchase interest trust through consumer satisfaction with online fashion products at Tokopedia.

The research strategy used in this research is an associative research strategy with the research method used is a survey method. In this study, the study used quantitative data, namely the results of a questionnaire filled in by respondents who shop for online fashion products in Tokopedia with a sample of 100 respondents. The sampling technique used in this study was convenience sampling. The statistical method used is multiple regression analysis with the IBM SPSS V.25 statistical application.

The results of this study prove that : First, service has no effect on buying interest. Secondly, trust has no effect on buying interest. The third, consumer satisfaction affects purchase intention. The fourth service has an effect on customer satisfaction. The fifth, trust has an effect on customer satisfaction. The sixth, customer satisfaction is an intervening variable for the effect of service on purchase intention. And seventh, customer satisfaction is not an intervening variable for the effect of trust on purchase intention.

Key Words: Service, Trust, Purchase Interest and Consumer Satisfaction.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
LAMPIRAN	xv

BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	6
2.1. Review Hasil Hasil Penelitian Terdahulu	6
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1. Pelayanan.....	9
221.1. Karakteristik Kualitas Pelayanan	10
2.2.2. Kepercayaan	12
222.1. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan	13
2222. Faktor – Faktor Yang Membentuk Kepercayaan.....	14
2.2.3. Kepuasan	15
223.1. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	18
2.2.4. Minat Beli Konsumen	19
2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian	19

2.3.1. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Beli	19
2.3.2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli.....	20
2.3.3. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli.....	20
2.3.4. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	21
2.3.5. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen	21
2.3.6. Kepuasan Konsumen Menjadi Varibel Intervening Untuk Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Beli	22
2.3.7. Kepuasan Konsumen Menjadi Varibel Intervening Untuk Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli.....	22
2.4. Pengembangan Hipotesis	22
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	24
BAB 3 METODE PENELITIAN	25
3.1. Strategi Penelitian.....	25
3.2. Populasi dan Sampel	25
3.2.1. Populasi Penelitian.....	25
3.2.2. Sampel Penelitian.....	25
3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data	26
3.3.1. Data Primer	26
3.3.2. Data Sekunder	26
3.3.3. Metode Pengumpulan Data	27
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	27
3.5. Metoda Analisis Data	30
3.5.1. Uji Instrumen Penelitian	30
3.5.2. Analisis Statistik Data.....	31
3.5.3. Uji Sobel	34
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	37
4.1.1 Visi dan Misi Tokopedia	37
4.2. Deskripsi Responden.....	38
4.3. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	42
4.3.1. Hasil Uji Validitas.....	42
4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	45
4.4. Uji Hipotesis.....	45
4.5. Pembahasan Hasil	48

4.5.1 Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Beli.....	48
4.5.2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli	49
4.5.3. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli	50
4.5.4. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	50
4.5.5. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen	51
4.5.6. Pengaruh Tidak Langsung Pelayanan Terhadap Minat Beli Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening	52
4.5.7. Pengaruh Tidak Langsung Kepercayaan Terhadap Minat Beli Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening	52
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1. Kesimpulan	54
5.2. Saran.....	55
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya	55
DAFTAR REFERENSI	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	25
Gambar 3.1 Model Diagram Jalur	34
Gambar 3.2 Konsep Uji Sobel.....	36

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Bobot Nilai Skala Likert	28
Tabel 3.2 Indikator Variabel Penelitian	29
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur.....	40
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Responden	40
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Alamat Responden	41
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Anggaran Belanja Responden	42
Tabel 4.6 Validitas Instrumen Per Butir Variabel Pelayanan	43
Tabel 4.7 Validitas Instrumen Per Butir Variabel Kepercayaan	44
Tabel 4.8 Validitas Instrumen Per Butir Variabel Minat Beli	44
Tabel 4.9 Validitas Instrumen Per Butir Variabel Kepuasan Konsumen	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis Untuk Pengaruh Langsung (Persamaan Struktural 1).....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis Untuk Pengaruh Langsung (Persamaan Struktural 2).....	48
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Untuk Pengaruh Tidak Langsung	48

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Surastiani Pertiwi
NPM : 21160000028
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas skripsi saya yang berjudul:

**PENGARUH PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN MINAT BELI MELALUI
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUKFASHION ONLINE PADA
TOKOPEDIA**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 12 Agustus 2020

Yang menyatakan



Surastiani Pertiwi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN MINAT BELI MELALUI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK FASHION ONLINE PADA TOKOPEDIA

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada program Studi Strata-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI)-Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta 12 Agustus 2020



SURASTIANI PERTIWI

21160000028

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

PENGARUH PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN MINAT BELI MELALUI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK FASHION ONLINE PADA TOKOPEDIA

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Prodi S-1
Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal
dengan nilai

Panitia Ujian Skripsi

1. ; Drs. Sumitro, M.Sc



(Kepala Prodi S-1 Manajemen)

2. ; Ir. Ginanjar Syamsuar, ME



(Pembimbing)

3. ; Drs. Sumitro, M.Sc



(Anggota Pengaji 1)

4. ; Farmansyah Maliki, SE, MM



(Anggota Pengaji 2)

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

PENGARUH PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN MINAT BELI MELALUI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK FASHION ONLINE PADA TOKOPEDIA

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi Strata-1 Manajemen, Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Ir. Ginanjar Syamsuar, ME dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi Strata-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

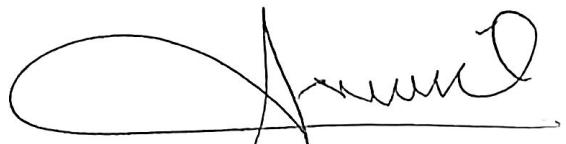
Jakarta, 12 Agustus 2020

Pembimbing,

Kepala Prodi S=1 Manajemen,



Ir. Ginanjar Syamsuar, ME



Drs. Sumitro, M.Sc