

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN,
KUALITAS PELAYANAN, DAN KEMUDAHAN
TRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA APLIKASI BELANJA ONLINE SHOPEE.CO.ID**

SKRIPSI

**IMELDA TRI RAHAYU
2114000111**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN,
KUALITAS PELAYANAN, DAN KEMUDAHAN
TRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA APLIKASI BELANJA ONLINE SHOPEE.CO.ID**

SKRIPSI

**IMELDA TRI RAHAYU
2114000111**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS PELAYANAN,
DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA APLIKASI BELANJA ONLINE SHOPEE.CO.ID**

yang disusun untuk melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasi dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagai mana mestinya. Jika kemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat tiruan duplikasi ataupun plagiat maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 15 Agustus 2019



IMELDA TRI RAHAYU

NPM 2114000111

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN , KUALITAS PELAYANAN,
DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA APLIKASI BELANJA ONLINE SHOPEE.CO.ID**

dibuat untuk melengkapi sebagai persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Gatot Prabantoro, SE.MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta

Jakarta, 15 Agustus 2019

Pembimbing

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Gatot Prabantoro, SE. MM



Drs. Sumitro, M.Sc



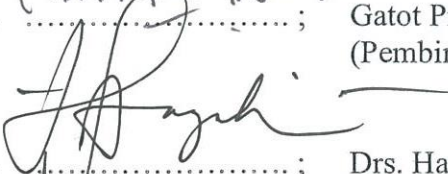
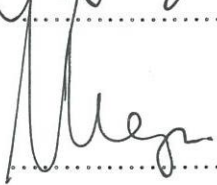
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS PELAYANAN,
DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA APLIKASI BELANJA ONLINE SHOPEE.CO.ID**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 06 September 2019 dengan nilai A.

Panitia Ujian Skripsi

1.  ; Drs. Sumitro, M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ; Gatot Prabantoro, SE., MM
(Pembimbing)
3.  ; Drs. Hamdani M.Syah, MBA
(Anggota Penguji)
4.  ; Megayani, SE., MM
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT berkat karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan bagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.

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

1. Bapak Gatot Prabantoro, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penelitian dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Hamdani M.Syah, MBA dan Ibu Megayani, SE., MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Marongrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Bapak Drs. Sumitro.M.Sc selaku Kepala Program Studi S1-Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Segenap Dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia atas Ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama menyelesaikan studi.
6. Kepada orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
7. Kepada genk CDG (Ayu, harina, fitri, disty, eltin, jayanti, fauziah) yang dari semasa SMK sampai saat ini tetap memberikan support kepada saya.
8. Kepada teman-teman 4B manajemen angkatan 2014 terima kasih sudah memberikan dukungan dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga kita bisa menggapai cita-cita dan sukses di kemudian hari.

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

Jakarta, 15 Agustus 2019

IMELDA TRI RAHAYU
NPM 2114000111

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai aktivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Imelda Tri Rahayu
NPM : 2114000111
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 KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA APLIKASI BELANJA ONLINE SHOPEE.CO.ID

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian Surat ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 6 September 2019

Yang menyatakan

Imelda Tri Rahayu

Imelda Tri Rahayu
NPM : 2114000111
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:
Gatot Prabantoro, SE.MM

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS PELAYANAN,
DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA APLIKASI BELANJA ONLINE SHOPEE.CO.ID**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, kemudahan, terhadap minat beli ulang pada aplikasi belanja online Shopee.co.id (Studi Kasus konsumen pengguna aplikasi belanja online Shopee di Jakarta Timur).

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah berbelanja online minimal dua kali pada aplikasi Shopee.co.id di Jakarta timur dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode yang digunakan adalah metode survey. Analisa data penelitian ini menggunakan Analisis Koefisien Determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang kemudian variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang serta variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. dan secara simultan variabel kepercayaan, kualitas pelayanan, kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Keywords : Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kemudahan dan Minat Beli Ulang

Imelda Tri Rahayu
NPM : 2114000111
Bachelor Degree In Manajemen

Supervisor:
Gatot Prabantoro, SE.MM

***THE EFFECT OF TRUST, SERVICE QUALITY, AND EASE OF USE
REPURCHASE INTENTION ON SHOPEE.CO.ID ONLINE SHOPPING
APPLICATION***

ABSTRAK

The purpose of this study was to determine the effect of trust, service quality, and convenience on repurchase interest in Shopee.co.id online shopping applications users (Case study of Shopee.co.id online shopping application consumer in East Jakarta).

The population in this study was people who have shopped online at least twice on Shoppe.co.id appliication in East Jakarta with total sample 100 respondents used purposive sampling techniques. The method used in this study was a survey method. Data analysis in this study used Determination Coefficient Analysis.

The results of this study indicate partially that the trust variable had a positive and significant effect on purchase interest, then the service qualiry variable had a positive and significant effect on purchase interest, and the convenience variable has a positive and significant effect on purchase intention, simultaneously the trust variable, service quality, and convenience had a positive and signifikan effect on repurchase interest.

Keywords : Trust, Service Quality, Ease, and Repurchase Intention

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.1 Pemasaran Internet.....	17
2.2.2 Pengertian <i>e-commerce</i>	20
2.2.3 Kepercayaan Konsumen.....	22
2.2.3.1 Indikator Kepercayaan Konsumen.....	23
2.2.4 Kualitas Pelayanan	24
2.2.4.1 Indikator Kuakitas Pelayanan	25
2.2.5 Kemudahan Transaksi.....	26
2.2.5.1 Indikator Kemudahan Transaksi	27
2.2.6 Minat Beli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>).....	27

2.2.6.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat .. beli ulang.....	28
2.2.6.2 Indikator Minat Beli Ulang	31
2.3 Keterkaitan Antar Variabel	32
2.3.1 Pengaruh kepercayaan	32
terhadap minat beli ulang.....	32
2.3.2 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap	32
minat beli ulang.....	32
2.3.3 Pengaruh kemudahan	33
terhadap minat beli ulang.....	33
2.3.4.Pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan,	34
Kemudahan terhadap minat beli ulang.....	34
2.4 Pengembangan Hipotesis Penelitian	34
2.5 Kerangka Konseptual Penelitian	35
BAB III METODA PENELITIAN	36
3.1 Strategi Penelitian	36
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.2.1 Sampel Penelitian.....	37
3.3 Data dan Metoda Pengumpulan data.....	38
3.4 Operasional Variabel.....	38
3.4.1 Skala Likert	38
3.4.2 Uji Validitas	42
3.4.3 Uji Reliabilitas	43
3.5 Metoda Analisis Data.....	43
3.5.1 Metoda Pengolahan Data	43
3.5.2 Metoda Penyajian data	43
3.5.3 Analisis Statistik Data	43
3.5.3.1 Analisis Koefisien Determinasi	43
3.5.3.2 Analisis Koefisien Determinasi Parsial....	44
3.5.3.3 Pengujian Hipotesis.....	45

a. Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)	45
b. Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	48
4.2 Deskripsi Responden.....	50
4.2.1 Karakteristik Responden	50
4.3 Deskripsi Data.....	53
4.3.1 Analisis Kepercayaan (X_1).....	53
4.3.2 Analisis Kualitas Pelayanan (X_2).....	54
4.3.3 Analisis Kemudahan (X_3)	55
4.3.4 Analisis Minat Beli Ulang (Y)	55
4.4 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	56
4.4.1 Uji Validitas	56
4.4.2 Uji Reliabilitas	59
4.5 Analisis Statistik Data.....	61
4.5.1 Analisis Koefisien Determinasi.....	61
4.5.2 Pengujian Hipotesis.....	65
4.6 Temuan Hasil Penelitian	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Simpulan	70
5.2 Saran.....	71
5.3 Keterbatasan dan Pengembangan.....	71
Penelitian Selanjutnya	71
DAFTAR REFERENSI	72
DAFTAR LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Pengguna Internet Seluruh Dunia.....	1
Tabel 1.2 Top 20 Countries With The	2
Highest Number Of Internet User	2
Tabel 3.1 Bobot Nilai Skala Likert	39
Tabel 3.2 Indikator Variabel dan	39
Sub Indikator Kepercayaan Konsumen.....	39
Tabel 3.3 Indikator Variabel dan sub Indikator Kualitas Pelayanan	40
Tabel 3.4 Indikator Variabel dan sub Indikator Kemudahan	41
Tabel 3.5 Indikator Variabel dan sub Indikator Minat Beli Ulang	42
Tabel 4.1 Validitas Instrument Per Butir Variabel Kepercayaan.....	57
Tabel 4.2 Validitas Instrument Per Butir Variabel Kualitas Pelayanan..	57
Tabel 4.3 Validitas Instrument Per Butir Variabel Kemudahan	58
Tabel 4.4 Validitas Instrument Per Butir Variabel Minat Beli Ulang.....	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas instrument penelitian	61
Tabel 4.6 Koefisien Determinasi Kepercayaan,.....	61
dengan Minat Beli Ulang	61
Tabel 4.7 Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan dengan	62
Minat Beli Ulang.....	62
Tabel 4.8 Koefisien Determinasi Kemudahan dengan.....	63
Minat Beli Ulang.....	63
Tabel 4.9 Koefisien Determinasi Simultan Kepercayaan,	64
Kualitas Pelayanan,Kemudahan dengan Minat Beli Ulang	64
Tabel 4.10 Hasil Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	65
Tabel 4.11 Analisis Hasil Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	67
Tabel 4.12 Hasil Hipotesis Secara Parsial (Uji F).....	67
Tabel 4.13 Analisis Hasil Hipotesis Secara Parsial (Uji F)	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet Indonesia.....	3
Tahun 1998-2017	3
Gambar 1.2 Pertumbuhan Transaksi <i>e-commerce</i>	4
Gambar 1.3 Pertumbuhan Jumlah Konsumen <i>e-commerce</i>	5
di Indonesia, Tahun 2012-2018.....	5
Gambar 1.4 Rata-rata Pengunjung Website Menurut <i>iprice.co.id</i>	7
Pada Tahun 2018.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	35
Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	50
Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan.....	51
Jumlah Pendapatan Per bulan.....	51
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk.....	52
yang di Beli	52
Gambar 4.5 Diagram Skala Likert Variabel Kepercayaan (X_1).....	54
Gambar 4.6 Diagram Skala Likert	54
Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	54
Gambar 4.7 Diagram Skala Likert	55
Variabel Kemudahan (X_3).....	55
Gambar 4.8 Diagram Skala Likert	56
Variabel Minat Beli Ulang (Y)	56
Gambar 4.9 Analisis Hasil Koefisien Parsial dan Simultan	65

LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	75
Lampiran 2 Data Responden.....	80
Lampiran 3 Tabulasi Skor Variabel Kepercayaan (X_1)	84
Lampiran 4 Tabulasi Skor Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	87
Lampiran 5 Tabulasi Skor Variabel Kemudahan (X_3).....	90
Lampiran 6 Tabulasi Skor Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	93
Lampiran 7 Tabulasi Skor untuk data berpasangan	96
(Koefisien Determinasi)	96
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas untuk Variabel Kepercayaan (X_1).....	99
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas untuk	100
Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	100
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas untuk Variabel Kemudahan (X_3).....	103
Lampiran 11 Hasil Uji Validitas untuk	103
Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	103
Lampiran 12 Hasil Uji Reabilitas untuk	104
Variabel Kepercayaan (X_1)	104
Lampiran 13 Hasil Uji Reabilitas untuk.....	104
Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	104
Lampiran 14 Hasil Uji Reabilitas untuk Variabel Kemudahan (X_3).....	105
Lampiran 15 Hasil Uji Reabilitas untuk.....	105
Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	105
Lampiran 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi secara Parsial.....	106
Lampiran 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi secara Simultan	107