

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
SECARA *ONLINE* DI TOKOPEDIA.COM
(Studi Kasus Pada Mahasiswa di STEI)**

SKRIPSI

**AHMAD SUHAIMI
2114000090**



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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS HUBUNGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI TOKO PEDIA.COM

(Studi Kasus Pada Mahasiswa STEI)

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, Januari 2019



Ahmad Suhaimi

NPM 2114000090

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

ANALISIS HUBUNGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI TOKO PEDIA.COM

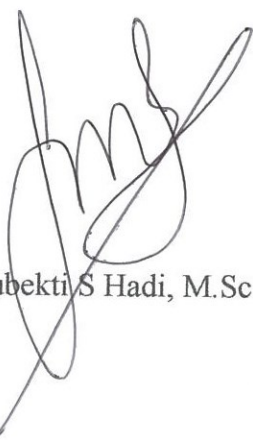
(Studi Kasus Pada Mahasiswa STEI)

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 Drs. Subekti S Hadi, M.Sc 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.

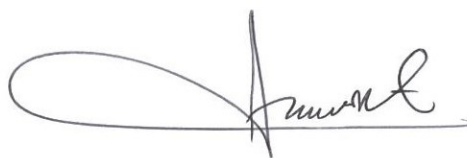
Jakarta, Januari 2019

Pembimbing,

Kepala Prodi S-1 Manajemen,



Drs. Subekti S Hadi, M.Sc



Drs. Sumitro, M.sc

HALAMAN PENGESAHAN

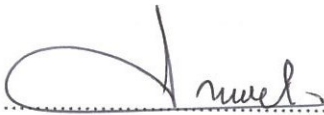




Skripsi dengan judul

ANALISIS HUBUNGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI TOKO PEDIA.COM

(Studi Kasus Pada Mahasiswa STEI)

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 08-03-2019 dengan nilai **B +**

Panitia Ujian Skripsi

1.  : Drs. Sumitro, M.sc
(Ketua Program Studi Strata-1 Manajemen)
2.  : Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc
(Sekretaris Program Studi Manajemen)
3.  : Drs. Subekti S Hadi, M.Sc
(Dosen Pembimbing)
4.  : Gatot Prabantoro, SE, MM
(Penguji I)
5.  : Muhammad Ramaditya, BBM, M.Sc
(Penguji II)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa sehingga penulis mendapatkan kekuatan untuk dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.com (Studi Kasus Mahasiswa di STEI)” skripsi tersebut 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 setulusnya kepada:

1. Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
3. Bapak Drs. Sumitro, M.sc selaku Ketua Program Studi Strata-1 Manajemen.
4. Bapak Drs. Subakti S Hadi, M.Sc selaku dosen pembimbing. Terimakasih atas bimbingan dan perhatian yang tulus ikhlas kepada penulis demi selesainya skripsi. Mohon maaf atas kesalahan penulis selama ini.
5. Orang tua penulis, yakni Alm. Fadoildan Ibu Nunung Zakiyah yang telah mencurahkan kasih sayang dan perhatian, semangat dan dukungannya selama ini.
6. Terimakasih kepada Valerie Veronica Viesta yang selalu setia menemani dalam suka dan duka serta memberikan dukungan dan hiburan saat mengalami suntuk atau kesulitan sepanjang penyusunan skripsi ini.
7. Kepada teman sekelas Manajemen A Malam. Terimakasih atas pertemanan yang luar biasa, senang sekali bisa berkenalan dengan kalian semua.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan/kelemahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini. Teriring doa yang tulus dari penulis untuk kalian semua semoga, Allah senantiasa memberikan balasan yang lebih baik. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Amiin.

Jakarta, Januari 2019

Ahmad Suhaimi

Ahmad Suhaimi
NPM : 2114000090
Program Studi : S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing
Drs. Subakti. S. Hadi, M.Sc

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI TOKOPEDIA.COM
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI STEI)**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan, kepercayaan, kemudahan dan harga terhadap keputusan pembelian secara online di tokopedia.com.

Metode pengumpulan data yang digunakan, yaitu metode kuesioner (angket), penyebaran kuesioner ini dibagikan kepada 286 orang yang berasal dari mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi rank spearman yang diolah menggunakan software SPSS versi 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, kemudahan dan harga memiliki hubungan dengan keputusan pembelian secara online di Tokopedia.com. Hal ini berarti bahwa semakin baik dan semakin diperhatikannya kualitas pelayanan, kepercayaan, kemudahan dan harga yang dilakukan tokopedia maka akan meningkatkan minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian di tokopedia.com.

Tokopedia.com dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan yang baik dalam produk maupun kepercayaan, karena variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya dengan tampilan website tokopedia yang lebih menarik dan mudah dimengerti, menyediakan barang yang dibutuhkan konsumen, pertahankan dalam memberikan reward cashback maupun gratis ongkir kepada konsumen.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan
Keputusan Pembelian**

Ahmad Suhaimi
NPM : 2114000090
Program Studi : S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing
Drs. Subakti. S. Hadi, M.Sc

**ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING ONLINE PURCHASE
DECISIONS IN TOKOPEDIA.COM (CASE STUDY IN STUDENTS IN
STEI)**

ABSTRACT

The purpose of this study to determine the relationship of service quality, trust, convenience and price to purchasing decisions online at Tokopedia.com.

The data collection method used w the questionnaire method (questionnaire), the distribution of the questionnaire was distributed to 286 people who came from students STEI. Data analysis was performed using Spearman rank correlation analysis which was processed using software SPSS version 21.

The results show that service quality, trust, convenience and price have a relationship with purchasing decisions online at Tokopedia.com. This means that the better and the more attention to service quality, trust, convenience and price that is made to Tokopedia will increase consumer interest to make purchasing decisions at Tokopedia.com

Tokopedia.com can maintain and improve good service in products and trust because service quality and trust variables have an interest in influencing purchase results by displaying tokopedia websites that are more attractive and easily supported, providing handlers needed by consumers, maintaining cashback prizes as well free shipping to consumers

Keywords: Service Quality, Trust, Convenience, Price and Buying Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Kualitas Pelayanan	11
2.2.2 Kepercayaan.....	12
2.2.3 Kemudahan	14
2.2.4 Harga	15

2.2.5 Keputusan Pembelian.....	17
2.3 Pengembangan Hipotesis	19
2.4 Kerangka Konseptual.....	22

BAB III METODALOGI PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian	23
3.2 Populasi dan Sampel	23
3.2.1 Populasi Penelitian.....	23
3.2.2 Sample Penelitian.....	24
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	24
3.4 Operasional Variabel	25
3.4.1 Variabel Independen	25
3.4.2 Variabel Dependen.....	26
3.5 Metode Analisis Data.....	30
3.5.1 Uji Validitas	30
3.5.2 Uji Reliabilitas	30
3.5.3 Uji Normalitas Data	30
3.5.4 Analisis Korelasi Rank Spearman	31
3.6 Perangkat Lunak Pengolah Data	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	33
4.2 Pengujian Kuesioner Pretest	34
4.2.1 Uji Validitas Kuesioner Pretest	34
4.2.2 Uji Reliabilitas Kuesioner Pretest	35
4.2.3 Uji Normalitas Data	35
4.3 Gambaran Umum Responden	36
4.3.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	36
4.3.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	37

	Halaman
4.3.3	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan 38
4.3.4	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan 38
4.3.5	Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan..... 39
4.3.6	Identitas Responden Berdasarkan Penggunaan 39
4.4	Deskripsi Data Penelitian 40
4.4.1	Variabel Kualitas Pelayanan 42
4.4.2	Variabel Kepercayaan 42
4.4.3	Variabel Kemudahan 43
4.4.4	Variabel Harga 44
4.4.5	Variabel Keputusan Pembelian 45
4.5	Analisis Korelasi Rank Spearman 46
4.5.1	Variabel Kualitas Pelayanan..... 46
4.5.2	Variabel Kepercayaan..... 47
4.5.3	Variabel Kemudahan 48
4.5.4	Variabel Harga..... 49
4.6	Analisis Hasil Penelitian 50
4.6.1	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian 50
4.6.2	Hubungan Kepercayaan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian 51
4.6.3	Hubungan Kemudahan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian 52
4.6.4	Hubungan Harga Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian 54
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan 56
5.2	Saran 56
 DAFTAR PUSTAKA 58	
 DAFTAR LAMPIRAN 59	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Toko Online Yang Paling Terdepan Menampilkan Produknya ... 3
Tabel 1.2	Toko Online Yang Paling Banyak Transaksi 3
Tabel 3.1	Data Mahasiswa Semester Ganjil 2018 - 2019 23
Tabel 3.2	Data Jumlah Responden 25
Tabel 3.3	Rangkuman Instrumen Penelitian 27
Tabel 3.4	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi 31
Tabel 4.1	Hasil Pengujian Validitas Kuesioner Pretest 34
Tabel 4.2	Hasil Pengujian Reliabilitas Kuesioner Pretest 35
Tabel 4.3	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 37
Tabel 4.4	Identitas Responden Berdasarkan Usia 37
Tabel 4.5	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 38
Tabel 4.6	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan 38
Tabel 4.7	Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan 39
Tabel 4.8	Identitas Responden Berdasarkan Penggunaan Tokopedia 40
Tabel 4.9	Rata – rata Penilaian Responden Tentang Kualitas Pelayanan 41
Tabel 4.10	Rata – rata Penilaian Responden Tentang Kepercayaan 42
Tabel 4.11	Rata – rata Penilaian Responden Tentang Kemudahan 43
Tabel 4.12	Rata – rata Penilaian Responden Tentang Harga 44
Tabel 4.13	Rata – rata Penilaian Responden Tentang Keputusan Pembelian. 45
Tabel 4.14	Hasil Uji Korelasi Spearman (Kualitas Pelayanan – Keputusan Pembelian 46
Tabel 4.15	Hasil Uji Korelasi Spearman (Kepercayaan – Keputusan Pembelian) 47
Tabel 4.16	Hasil Uji Korelasi Spearman (Kemudahan – Keputusan Pembelian) 48
Tabel 4.17	Hasil Uji Korelasi Spearman (Harga– Keputusan Pembelian 49
Tabel 4.18	Rangkuman Hasil Analisis Korelasi Spearman 50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	22
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	36

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1.1 Lembar Kuesioner	60
Lampiran 2.1 Hasil Data Kuesioner Kualitas Pelayanan	65
Lampiran 2.2 Hasil Data Kuesioner Kepercayaan	72
Lampiran 2.3 Hasil Data Kuesioner Kemudahan	79
Lampiran 2.4 Hasil Data Kuesioner Harga	86
Lampiran 2.5 Hasil Data Kuesioner Keputusan Pembelian	94
Lampiran 3.1 Uji Reliabilitas dan Validitas	102
Lampiran 3.2 Uji Normalitas	102
Lampiran 3.3 Uji Korelasi Rank Spearman.....	103
Lampiran 4.1 Tabel T (Uji Reliabilitas).....	104