

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN  
KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG  
(Studi Kasus pada Konsumen Aplikasi Shopee)**

**SKRIPSI**

**MAULIDYAH RAZAK  
21170000420**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2022**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN  
KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG  
(Studi Kasus pada Konsumen Aplikasi Shopee)**

**SKRIPSI**

**MAULIDYAH RAZAK  
21170000420**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2022**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN  
KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG  
(Studi Kasus pada Konsumen Aplikasi Shopee)**

**SKRIPSI**

**MAULIDYAH RAZAK  
21170000420**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2022**

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul :

### **PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG (Studi Kasus pada Konsumen Aplikasi Shopee)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah 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. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 31 Januari 2022



**MAULIDYAH RAZAK**  
NPM 21170000420

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG (Studi Kasus pada Konsumen Aplikasi Shopee)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen di Program Studi Strata 1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Imelda Aprileny, SE, ME. 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, 31 Januari 2022

Pembimbing,



Imelda Aprileny, SE, ME.

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Muhammad Ramaditya, BBA, MSc.


# HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG (Studi Kasus pada Konsumen Aplikasi Shopee)**

telah diuji dalam suatu sidang Skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 1 Maret 2022 dengan nilai **B**

**Panitia Ujian Skripsi :**

1. ;  M. Nur Hafidza, BBA, MSc.  
(Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen)
2. ; Imelda Aprileny, SE, ME.  
(Pembimbing)
3. ; Drs. Sumitro, M.Sc  
(Anggota Penguji)
4. ; Ir. Dwi Windu Suryono, MS  
(Anggota Penguji)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karuniaNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

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 setulusnya kepada :

1. Ibu Imelda Aprileny, SE, ME. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penyusunan karya ilmiah ini.
2. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc dan Ir. Dwi Windu Suryono, MS selaku penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, MSc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Ibu Dr. Diah Pranitasari, SP, MM. selaku Kepala Departemen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA, MSc., selaku Kepala Program Studi Staral Manajemen.
6. Kepada seluruh dosen dan staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan sebagian ilmunya.
7. Kedua orang tua yang amat sangat dicintai dan sayangi, Bapak Abdul Razak dan Ibu Marlita, yang selalu memberikan semangat, dorongan, doa dan perhatian yang luar biasa besar.
8. Special untuk kekasih tercinta Rezki Deitullah yang sudah membantu dan terus memotivasi saat menempuh karya ilmiah guna memperoleh gelar sarjana.

9. Sahabat-sahabat yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini yaitu Nenden, Meri, Lena, dan Safira yang telah memberi dukungan.
10. Segenap teman-teman Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) khususnya kelas Reguler Karyawan Manajemen Jakarta Angkatan 2017 dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

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

Jakarta, 31 Januari 2022



**MAULIDYAH RAZAK**  
NPM 21170000420



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

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

Nama : Maulidyah Razak  
NPM : 21170000420  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

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

### **PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG (Studi Kasus pada Konsumen Aplikasi Shopee)**

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 pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 31 Januari 2022

Yang menyatakan,



**MAULIDYAH RAZAK**  
NPM 21170000420

Maulidyah Razak  
NPM : 21170000420  
S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :  
Imelda Aprileny, SE, ME.

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN  
KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG  
(Studi Kasus pada Konsumen Aplikasi Shopee)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh kepercayaan, kemudahan dan keamanan terhadap keputusan pembelian dan minat beli ulang pada pengguna Shopee.

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah kuantitatif dengan dengan strategi penelitian yang digunakan peneliti adalah strategi asosiatif/kausalitas. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder dengan penyebaran kuesioner sebanyak 100 mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta. Teknik pengambilan sampel digunakan dengan *Nonprobability sampling* metode sensus (*sampling total*). Metode pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *structural equation modeling (SEM)* penelitian menguji *Inner* model, *outer* model dan hipotesis dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, keamanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang, kemudahan berpengaruh terhadap minat beli ulang, keamanan tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang, keputusan pembelian berpengaruh terhadap minat beli ulang, keputusan pembelian tidak memediasi kepercayaan dalam mempengaruhi minat beli ulang, keputusan pembelian memediasi kemudahan dalam mempengaruhi minat beli ulang dan keputusan pembelian memediasi keamanan dalam mempengaruhi minat beli ulang.

***Kata kunci: Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan, Keputusan Pembelian,  
Minat Beli Ulang.***

Maulidyah Razak  
NPM 21170000420  
S-1 Management

Dosen Pembimbing :  
Imelda Aprileny, SE, ME.

***THE EFFECT OF TRUST, EASY AND SECURITY ON PURCHASE  
DECISIONS TO INCREASE REPURCHASING INTEREST  
(Case Study on Shopee Application Consumers)***

***ABSTRACT***

*This study aims to test whether there is an effect of trust, convenience and security on purchasing decisions and repurchase intentions on Shopee users.*

*The research method used by the researcher is quantitative with the research strategy used by the researcher is the associative / causative strategy. This study uses primary and secondary data by distributing questionnaires to 100 students of the Indonesian College of Economics, Jakarta. The sampling technique used was non-probability sampling census method (total sampling). The data processing method in this study uses structural equation modeling (SEM). The research tests the Inner model, outer model and hypothesis using the SmartPLS 3.0 application.*

*The results of this study indicate that the trust variable has no effect on purchasing decisions, ease affects purchasing decisions, security does not affect purchase decisions, trust does not affect repurchase interest, ease affects repurchase interest, security does not affect repurchase interest, purchasing decisions influence on repurchase interest, purchase decisions do not mediate trust in influencing repurchase interest, purchase decisions mediate ease in influencing repurchase interest and purchase decisions mediate security in influencing repurchase interest.*

***Keywords : Trust, Convenience, Security, Purchase Decision, Repurchase Interest.***

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vii
_Toc72687180	
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
Latar Belakang Masalah.....	1
Rumusan Masalah .....	4
Tujuan Penelitian.....	4
Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
Landasan Teori.....	6
2.1.1. <i>E-Commerce</i> .....	6
Kepercayaan.....	8
Kemudahan .....	9
Keamanan .....	10
Keputusan Pembelian .....	11
Minat Beli Ulang .....	13

Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu .....	14
Hubungan antar Variabel Penelitian.....	19
Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian.....	19
Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian.....	19
Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Pembelian.....	20
Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian .....	20
Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang.....	21
Pengaruh Keamanan terhadap Minat Beli Ulang.....	21
Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli Uang.....	22
Pengembangan Hipotesis .....	22
Kerangka Konseptual Penelitian .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
Strategi Penelitian.....	25
Populasi dan Sampel.....	25
Populasi Penelitian .....	25
Sampel Penelitian.....	26
Data dan Metoda Pengumpulan Data .....	27
Data dan Sumber Data .....	27
Metode Pengumpulan Data .....	27
Operasional Variabel .....	28
Variabel Penelitian .....	28
Operasional Variabel Penelitian.....	29
Metoda Analisis Data .....	33
Metode Pengelolaan Data .....	33
Analisis Statistik Data.....	33
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
Deskripsi Profil Perusahaan.....	36
Deskripsi Responden .....	37

Analisis Data Hasil Penelitian .....	39
<i>Measurement Model (Outer Model)</i> .....	39
Analisis <i>Inner Model</i> .....	43
Uji Hipotesis Pengaruh Langsung .....	46
Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung .....	50
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>53</b>
Simpulan.....	53
Saran .....	55
Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya .....	55
DAFTAR REFERENSI .....	56
LAMPIRAN.....	61

## DAFTAR TABEL

### Halaman

<b>Tabel 1.1.</b>	Peringkat marketplace di Indonesia selama Juli-September 2021..	2
<b>Tabel 3.1.</b>	Skala Likert .....	25
<b>Tabel 3.2.</b>	Jumlah mahasiswa STEI S1 Manajemen angkatan 2014 – 2020.	28
<b>Tabel 3.3.</b>	Instrumen Penelitian .....	29
<b>Tabel 4.1.</b>	Deskripsi Responden .....	37
<b>Tabel 4.2.</b>	<i>Loading Factor</i> .....	39
<b>Tabel 4.3.</b>	<i>Cross Loading Discriminant Validity</i> .....	41
<b>Tabel 4.4.</b>	<i>Composite Reliability</i> .....	43
<b>Tabel 4.5.</b>	<i>Model Fit</i> .....	44
<b>Tabel 4.6.</b>	<i>R Square Coefficient</i> .....	45
<b>Tabel 4.7.</b>	Hasil Perhitungan <i>Direct Effect</i> .....	46
<b>Tabel 4.8.</b>	<i>Effect Size</i> Kepercayaan (X1) .....	50
<b>Tabel 4.9.</b>	<i>Effect Size</i> Kemudahan (X2) .....	50
<b>Tabel 4.10.</b>	<i>Effect Size</i> Keamanan (X3) .....	51
<b>Tabel 4.11.</b>	Hasil Hipotesis .....	52

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1.</b> Kerangka Konseptual Penelitian.....	24
<b>Gambar 4.1.</b> Hasil Pengolahan Data 1.....	39
<b>Gambar 4.2.</b> <i>Path Coefficien</i> .....	44
<b>Gambar 4.3.</b> <i>Bootstrapping</i> .....	45



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b> Kuesioner Penelitian.....	64
<b>Lampiran 2.</b> Hasil Penelitian.....	66
<b>Lampiran 3.</b> Deskripsi Responden.....	79
<b>Lampiran 4.</b> Hasil Uji <i>Outer</i> .....	80
<b>Lampiran 5.</b> Hasil Uji <i>Inner</i> .....	82
<b>Lampiran 6.</b> Pengujian Hipotesis Dengan <i>Bootstrapping</i> .....	83
<b>Lampiran 7.</b> <i>Indirect Effect</i> .....	84
<b>Lampiran 8.</b> Surat Riset – Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.....	85
<b>Lampiran 9.</b> Daftar Riwayat Hidup Penelitian.....	86