

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN DI SITUS BELANJA ONLINE**

SKRIPSI



**Oleh:
Rini Angriani
170910083**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN DI SITUS BELANJA ONLINE**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Rini Angriani
170910083**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Rini Angriani
NPM : 170910083
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI SITUS BELANJA ONLINE”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 15 Januari 2022



Rini Angriani
170910083

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN DI SITUS BELANJA ONLINE**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:
Rini Angriani
170910083**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 15 Januari 2022



Tiurniari Purba, S.E., M.M.
Pembimbing

ABSTRAK

Pada tahun 2021, pertumbuhan perekonomian dan keteknologian yang ada di Indonesia terjadi dengan sangat pesat. Salah satu pertumbuhan teknologi yakni internet. Pertumbuhan teknologi ini membuat kebutuhan orang-orang terhadap internet semakin melambung tinggi. Dengan menggunakan internet, berbagai jenis aktivitas yang banyak dilakukan akan semakin lebih mudah. Internet ini sangat mudah dipakai dan diakses oleh berbagai macam jenis kelamin, umur dan berbagai jenis pekerjaan seperti digunakan untuk melakukan pekerjaan kantor sampai dengan melakukan transaksi. Dari kebutuhan orang-orang akan internet, membuat berbagai jenis perusahaan yang muncul untuk meraih keuntungan. Karena itu, telah banyak muncul situs belanja online yang dapat dinikmati oleh konsumen di Indonesia. Beberapa situs e-commerce mulai saling bersaing untuk menarik konsumen, sehingga setiap tahun pengunjung e-commerce selalu mengalami kenaikan dan penurunan. Berdasarkan Iprice Insight pada Q4 2020, Shopee memiliki jumlah pengunjung terbanyak dibandingkan Tokopedia. Pada Q2 2021, pengunjung Tokopedia mengalami peningkatan dan Shopee turun ke posisi kedua. Pada riset ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat beli konsumen pada situs belanja online baik secara simultan maupun parsial. Hasil data ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 385 responden. Metode analisis untuk pengelolaan data dalam penelitian ini digunakan analisis hipotesis regresi linier berganda dengan menggunakan uji T dan F menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Hasil dari riset ini membuktikan bahwa secara simultan dan parsial kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci: Kepercayaan; Kualitas Pelayanan; Minat Beli.

ABSTRACT

In 2021, economic and technological growth in Indonesia will occur very rapidly. One of the developments in technology is the internet. The growth of this technology makes people's needs for the internet skyrocket. By using the internet, various types of activities that are often carried out will be easier. The internet is very easy to use and accessible to various genders, ages and various types of work, such as being used to do office work to make transactions. From people's need for the internet, various types of companies have emerged to make a profit. Because of this, there have been many online shopping sites that can be enjoyed by consumers in Indonesia. Several e-commerce sites began to compete with each other to attract consumers, so that every year e-commerce visitors always experience an increase and decrease. Based on Iprice Insight in Q4 2020, Shopee has the highest number of visitors compared to Tokopedia. In Q2 2021, Tokopedia visitors experienced an increase and Shopee dropped to the second position. This research aims to determine the effect of service quality and trust on consumer buying interest on online shopping sites either simultaneously or partially. The results of this data were carried out by distributing questionnaires to 385 respondents. The analytical method for data management in this study used multiple linear regression hypothesis analysis using T and F tests using the SPSS version 25 application. The results of this research prove that simultaneously and partially service quality and trust have a positive and significant effect on consumer buying interest.

Keywords: *buying interest; service quality; trust.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur pada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Konsumen di Situs Belanja *Online*” yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., MI.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Bapak Dr. Suhardi, S.E., M.M. selaku pembimbing Akademik Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
7. Kedua orang tua beserta saudara dan semua keluarga saya yang telah mendukung, mendoakan dan selalu memberi semangat selama ini sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini;
8. Teman-teman yang telah membantu dan mendukung penulis;
9. Para responden yang telah berpartisipasi dan memberi dukungan;
10. Dan pihak-pihak lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin

Batam, 15 Januari 2022



Rini Angriani

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1 Manfaat Teoritis	10
1.6.2 Manfaat Praktisi	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Teori.....	12
2.1.1. Kualitas Pelayanan	12
2.1.2. Kepercayaan	15
2.1.3. Minat Beli	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Pemikiran	22
2.3.1 Hubungan Antar Variabel	22
2.4 Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24

3.2	Operasional Variabel	25
3.2.1	Variabel Bebas (Independen).....	25
3.2.2	Variabel Dependen.....	25
3.3	Populasi dan Sampel	26
3.3.1	Populasi.....	26
3.3.2	Sampel.....	27
3.4	Teknik dan Alat Pengumpulan Data	28
3.4.1	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4.2	Alat Pengumpulan Data	29
3.5	Metode Analisis Data	29
3.5.1	Analisis Deskriptif	29
3.5.2	Uji Kualitas Data.....	31
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.5.4	Uji Pengaruh	34
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian	37
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	37
3.6.2	Jadwal Penelitian.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		38
4.1	Hasil Penelitian.....	38
4.1.1	Profil Responden.....	38
4.1.2	Analisis Deskriptif	40
4.1.3	Uji Kualitas Data.....	43
4.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	45
4.1.5	Uji Pengaruh	48
4.1.6	Uji Hipotesis	50
4.2	Pembahasan	51
4.2.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli.....	51
4.2.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli	52
4.2.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli	52
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		53
5.1	Simpulan.....	53
5.2	Saran	53
DAFTAR PUSTAKA		

LAMPIRAN 1 PENDUKUNG PENELITIAN

LAMPIRAN 2 DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN 3 SURAT KETERANGAN PENELITIAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pengunjung Bulanan Perdagangan Shopee Q4 2020.....	3
Gambar 1.2 Pengunjung Bulanan Perdagangan Shopee Q2 2021.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1 Diagram Histogram	45
Gambar 4.2 Normal P-P Plot Regression Standardized Residual	46

DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 1.1 Keluhan Pelanggan Shopee	5
Table 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Table 3.1 Definisi Operasional.....	25
Table 3.2 Skala Likert	28
Table 3.3 Rentang Skala.....	30
Table 3.4 Periode Penelitian.....	37
Table 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Table 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	39
Table 4.3 Data Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	39
Table 4.4 Variabel Kualitas Pelayanan	40
Table 4.5 Variabel Kepercayaan	41
Table 4.6 Variabel Minat Beli	42
Table 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	43
Table 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X2).....	43
Table 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)	43
Table 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	44
Table 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X2)	44
Table 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y).....	45
Table 4.13 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov.....	47
Table 4.14 Hasil Uji multikolinearitas	47
Table 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
Table 4.16 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	48
Table 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	49
Table 4.18 Hasil Uji t	50
Table 4.19 Hasil Uji F	51

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Cochran.....	27
Rumus 3.2 Rentang Skala	30
Rumus 3.3 Pearson Product Moment.....	31
Rumus 3.4 Koefisien Korelasi Metode Cronbach's Alpha.....	32
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda.....	34
Rumus 3.6 Uji t	35
Rumus 3.7 Uji F	36