

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT
BELI DI SITUS *E-COMMERCE* TOKOPEDIA**

SKRIPSI



Oleh:
Yulianti
140910071

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT
BELI DI SITUS *E-COMMERCE* TOKOPEDIA**

SKRIPSI

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



**Oleh :
Yulianti
140910071**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Yulianti
NPM/NIP : 140910071
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI DI SITUS *E-COMMERCE* TOKOPEDIA

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 di dalam 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, 08 Agustus 2018

Materai 6000

Yulianti
140910071

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT
BELI DI SITUS *E-COMMERCE* TOKOPEDIA**

SKRIPSI

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

**Oleh
Yulianti
140910071**

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

Batam, 08 Agustus 2018

**Suali, S.E., M.M
Pembimbing**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi ternyata berdampak luas terhadap berbagai aspek. Saat ini belanja online telah menunjukkan kenaikan yang konsisten karena respon yang besar dari pengguna internet karena memungkinkan mereka untuk dapat berbelanja dari rumah dan menikmati fasilitas pengantaran barang belanjaan mereka sampai di depan pintu. Oleh karena itu pada era sekarang ini banyak perusahaan yang telah memanfaatkan internet untuk mengembangkan bisnisnya. Di Indonesia, perkembangan internet sangat cepat dan pesat karena didukung oleh infrastruktur dan biaya yang terjangkau. Survey yang diselenggarakan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2015-2016 mencapai lebih tinggi. Bila dibandingkan menggunakan jumlah penduduk, maka dapat dikatakan bahwa penetrasi pengguna internet pada negara ini sangat banyak. Dengan adanya perkembangan pengguna internet yang banyak di Indonesia, maka banyak toko online yang bermunculan contohnya adalah situs lokal yang saat ini semakin populer di Indonesia, yakni Tokopedia.co.id, Bukalapak.com, Mataharimall.com, dan lazada.co.id. Situs tersebut merupakan situs yang terpopuler pada tahun ini. Dalam pembelian online, kualitas pelayanan dan kepercayaan dalam bertransaksi sangat penting untuk diperhatikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli di situs e-commerce Tokopedia, baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang ditentukan menggunakan sampling jenuh, sebesar 107 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji pengaruh menggunakan regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi (R^2). Pengujian hipotesis menggunakan uji-t dan uji-F. Jadi dapat disimpulkan dari hasil analisis, variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada situs e-commerce Tokopedia.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, Kepercayaan, Konsumen, Minat Beli

ABSTRACT

Technological developments have a wide impact on various aspects. Nowadays online shopping has shown a consistent rise due to the huge response from internet users as it allows them to be able to shop from home and enjoy the delivery of their grocery facilities up the door. Therefore, in this era of many companies that have been utilizing the internet to grow its business. In Indonesia, the development of the internet is very fast and fast because it is supported by infrastructure and affordable costs. Survey conducted by the Association of Internet Service Providers Indonesia (APJII) revealed that the number of internet users in Indonesia in 2015-2016 reached higher. When compared using the population, it can be said that the penetration of internet users in this country very much. With the development of internet users are many in Indonesia, then many online stores that appear for example is a local site that is currently increasingly popular in Indonesia, namely Tokopedia.co.id, Bukalapak.com, Mataharimall.com, and lazada.co.id. The site is the most popular site this year. In online purchasing, the quality of service and trust in transactions is very important to note. This study aims to determine how much influence the quality of service and consumer confidence in buying interest in Tokopedia e-commerce site, either simultaneously or partially. This research uses descriptive research design with quantitative approach. The samples were determined using saturated sampling, of 107 respondents. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires. The data analysis used is classical assumption test consisting of normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. Test of influence using multiple linear regression and coefficient of determination analysis (R^2). Hypothesis testing uses t-test and F-test. So it can be concluded from the analysis, service quality variables and consumer confidence in silmtutan have a significant effect on buying interest in Tokopedia e-commerce site.

Keywords: *Quality of Service, Ttrust, Consumer, Buying Interest*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis 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. Nur Elfi Husda, S.Kom., M. SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Suhardianto, S.Hum., M. Pd selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Suali, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang dengan tulus hati telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam memberikan petunjuk, perhatian dan pengarahan yang sangat berharga bagi penulis dalam rangka penulisan skripsi ini.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini sudah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis.
6. Masyarakat lubuk baja di Nagoya yang sudah bekerja sama dalam pengumpulan data (pengisian kusioner) untuk keperluan skripsi.
7. Kedua orangtua yang memberikan kasih sayang dan cinta yang tulus serta menjadikan tempat curahan hati penulis, atas doa, nasihat, serta dukungan yang mereka berikan.
8. Teman-teman seperjuangan yang senantiasa memberikan motivasi dan dorongan untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

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

Batam, 08 Agustus 2018

Yulianti

DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DEPAN	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
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Penelitian	1
1.2	Identifikasi Masalah.....	11
1.3	Pembatasan Masalah	12
1.4	Perumusan Masalah	12
1.5	Tujuan Penelitian	12
1.6	Manfaat Penelitian	13
1.6.1	Manfaat Teoritis.....	13
1.6.2	Manfaat Praktis	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Teori Dasar.....	15
2.1.1	Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.1.1	Definisi Kualitas Pelayanan	15
2.1.1.2	Indikator Kualitas Pelayanan	16
2.1.2	Definisi Kepercayaan Konsumen	16
2.1.2.1	Indikator Kepercayaan Konsumen.....	18
2.1.3	Definisi Minat Beli	18
2.1.3.1	Unsur Unsur Minat Beli.....	19
2.1.3.2	Indikator Minat Beli.....	20
2.2	Penelitian Terdahulu	21
2.3	Kerangka Penelitian	23
2.4	Hipotesis	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian	24
3.2	Definisi Operasional	24
3.2.1	Kualitas Pelayanan (X_1).....	24
3.2.2.	Kepercayaan Konsumen (X_2).....	25

3.2.3.	Minat Beli (Y).....	25
3.3	Populasi dan Sampel	27
3.3.1	Populasi.....	27
3.3.2	Sampel.....	27
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.5	Analisis Data	28
3.5.1	Analisis Deskriptif	29
3.5.2	Uji Kualitas Data.....	29
3.5.2.1	Uji Validitas	29
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	31
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	32
3.5.3.1	Uji Normalitas Data	32
3.5.3.2	Uji Kolmogorov – Smirnov	34
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.5.3.4	Uji Multikolinearitas	35
3.5.4	Uji Pengaruh	36
3.5.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda	36
3.5.4.2	Uji Determinasi (R ²).....	37
3.5.5	Rancangan Uji Hipotesis.....	37
3.5.5.1	Uji T	37
3.5.5.2	Uji F	38
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	40
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	40
3.6.2	Jadwal Penelitian	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Profil Responden.....	42
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	43
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	45
4.1.4	Profil Responden Berdasarkan Status	46
4.1.5	Hasil Penelitian	47
4.1.5.1	Analisis Deskriptif	47
4.1.5.2	Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	48
4.1.5.3	Deskriptif Variabel Kepercayaan (X2)	50
4.1.5.4	Deskriptif Variabel Minat Beli (Y).....	53
4.1.6	Uji Kualitas Data.....	57
4.1.6.1	Hasil Uji Validitas Data	57
4.1.6.2	Hasil Uji Reliabilitas Data	61
4.1.7	Uji Asumsi Klasik.....	62
4.1.7.1	Uji Normalitas.....	62
4.1.7.2	Uji Multikolinearitas	65
4.1.7.3	Uji Heteroskedastistas.....	66
4.1.8	Uji Pengaruh	67
4.1.8.1	Uji Regresi Linear Berganda	67
4.1.8.2	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	69

4.1.8.3	Uji t Parsial	70
4.1.8.4	Uji f Simultan.....	71
4.2	Pembahasan.....	72

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	76
5.2	Saran	77

DAFTAR PUSTAKA	78
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2. Pendukung Penelitian

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Logo Tokopedia	11
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	44
Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	46
Gambar 4.4 Data Responden Berdasarkan Status.....	47
Gambar 4.5 <i>Histogram Regression Residual</i>	63
Gambar 4.6 <i>P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>	64

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Keluhan Pelanggan Mengenai Kualitas Pelayanan Tokopedia	5
Tabel 1.2 Tanggapan Konsumen Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen	6
Tabel 1.3 Tanggapan Konsumen Mempengaruhi Minat Beli	10
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	26
Tabel 3.2 Jadwal Kegiatan Penelitian	40
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	45
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Status.....	46
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner X1_1	48
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner X1_2	48
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner X1_3	49
Tabel 4.8 Hasil Kuesioner X1_4	49
Tabel 4.9 Hasil Kuesioner X1_5	49
Tabel 4.10 Hasil Kuesioner X2_1	50
Tabel 4.11 Hasil Kuesioner X2_2	51
Tabel 4.12 Hasil Kuesioner X2_3	51
Tabel 4.13 Hasil Kuesioner X2_4	52
Tabel 4.14 Hasil Kuesioner X2_5	52
Tabel 4.15 Hasil Kuesioner X2_6	53
Tabel 4.16 Hasil Kuesioner Y_1	53
Tabel 4.17 Hasil Kuesioner Y_2	54
Tabel 4.18 Hasil Kuesioner Y_3	54
Tabel 4.19 Hasil Kuesioner Y_4	55
Tabel 4.20 Hasil Kuesioner Y_5	55
Tabel 4.21 Hasil Kuesioner Y_6	56
Tabel 4.22 Hasil Kuesioner Y_7	56
Tabel 4.23 Hasil Kuesioner Y_8	57
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	59
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Kepercayaan	60
Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas Minat Beli	61
Tabel 4.27 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.28 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4.29 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4.30 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4.31 Uji Regresi Linear Berganda.....	68
Tabel 4.32 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69
Tabel 4.33 Hasil Uji t Parsial	70
Tabel 4.34 Hasil Uji f	71

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Uji Validitas	30
Rumus 3.2 Uji Realibilitas	31
Rumus 3.3 Regresi Linear Berganda	37

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER
LAMPIRAN II REKAP KUESIONER
LAMPIRAN III DATA RESPONDEN
LAMPIRAN IV HASIL UJI DATA SPSS
LAMPIRAN V TABEL r
LAMPIRAN VI TABEL t
LAMPIRAN VII TABEL F