

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SECARA ONLINE KONSUMEN
PADA SITUS WEB TOKOPEDIA**

SKRIPSI



**Oleh :
Kastomi
150910190**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SECARA ONLINE KONSUMEN
PADA SITUS WEB TOKOPEDIA**

SKRIPSI

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



**Oleh :
Kastomi
150910190**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 02 Februari 2019

Yang membuat pernyataan,

Materai Rp6.000,00

Kastomi
150910190

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA SITUS WEB
TOKOPEDIA**

SKRIPSI

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

**Oleh
Kastomi
150910190**

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

Batam, 02 Februari 2019

**Putu Hari Kurniawan, S.Sos., M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Di era yang serba kompetitif, persaingan di bisnis *online* semakin maju dan spesifik yang ada pada kondisi sekarang ini mengharuskan para pengusaha lebih ekstra serta menjalankan strategi yang tepat dalam mengembangkan bisnisnya. *Online shopping* bukanlah suatu hal yang baru di dunia *online* saat ini, perkembangan teknologi berkembang dinamis disertai dengan kemajuan cara berpikir individu serta perilaku berbelanja yang terus dinamis. Fenomena ini mengharuskan perusahaan yang bergerak dibidang *E-Commerce* untuk kreatif dan terus berinovasi sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen dalam jangka panjang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *e-service quality* dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada situs *web* tokopedia dengan menggunakan rumus slovin sebagai teknik pengambilan sampel sehingga jumlah sampel yaitu 130 responden. Metode pengumpulan data yaitu dengan menggunakan kuesioner. Uji kualitas data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, uji pengaruh dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi (R^2), sedangkan uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t dan uji f dengan menggunakan *software* program SPSS Versi 25. Hasil penelitian determinasi (R^2) diperoleh variabel *e-service quality* dan kepercayaan berpengaruh sebesar 36.7% terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t disimpulkan bahwa *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 3,717 dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada situs *web* tokopedia sebesar 4,949. Hasil uji F disimpulkan *e-service quality* (X_1) dan kepercayaan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada situs *web* tokopedia.

Kata kunci: *E-service quality*, Kepercayaan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

In an all-competitive era, competition in the increasingly advanced and specific online business that exists in current conditions requires entrepreneurs to be extra and run the right strategy in developing their business. Online shopping is not a new thing in the online world today, the development of technology is developing dynamically accompanied by the progress of individual thinking and shopping behavior that continues to be dynamic. This phenomenon requires companies engaged in E-Commerce to be creative and continue to innovate so that they can meet consumer desires in the long run. The purpose of this study was to determine whether e-service quality and trust influence consumer purchasing decisions on the tokopedia website using the Slovin formula as a sampling technique so that the number of samples is 130 respondents. The method of data collection is by using a questionnaire. Test the quality of data in this study using validity and reliability tests, classic assumption test in this study using normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test, influence test in this study using multiple linear regression analysis and analysis of the coefficient of determination (R^2), while hypothesis testing in this study using the t test and f test using the SPSS Version 25 software program. The results of the study of determination (R^2) obtained e-service quality and influence variables by 36.7% on the purchase decision. The t-test results were collected that e-service quality had a significant effect on purchasing decisions of 3.717 and trust had a positive and significant effect on consumer purchasing decisions on the tokopedia website of 4.949. The F test results are concluded that e-service quality (X_1) and trust (X_2) together influence the purchasing decision (Y) on the toopedia website.

Keywords: *electronic service quality, trust, purchase decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, 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 laporan tugas akhir 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 Suhardianto, S.Hum.,M.Pd.Selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen di Universitas Putera Batam.
4. Bapak Putu Hari Kurniawan, S.Sos., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam yang dengan tulus hati telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam memberikan bimbingan, petunjuk, perhatian dan pengarahan yang sangat berharga bagi penulis dalam rangka penulisan skripsi ini.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan pengetahuan kepada penulis selama kuliah di Universitas Putera Batam.
6. Kedua orang tua dan semua saudara-saudara penulis atas dukungan baik moril maupun material serta doa yang selalu menyertai penulis.
7. Seluruh teman-teman seperjuangan terutama mahasiswa jurusan manajemen bisnis yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama masa perkuliahan serta dalam masa penyusunan skripsi ini.
8. Para responden atas partisipasi dan dukungannya.
9. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

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

Batam, 02 Februari 2019

Kastomi

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR RUMUS	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Perumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.6.2 Manfaat Praktis	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Teori Dasar.....	12
2.1.1 <i>E-Service Quality</i>	12
2.1.1.1 Pengertian <i>E-Service Quality</i>	12
2.1.1.2 Indikator <i>E-Service Quality</i>	13
2.1.2 Kepercayaan.....	14
2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan.....	14
2.1.2.2 Karakteristik Kepercayaan	15
2.1.2.3 Manfaat Kepercayaan Konsumen	17
2.1.2.4 Indikator Kepercayaan	18
2.1.3 Keputusan Pembelian	18
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	18
2.1.3.2 Struktur Keputusan Pembelian.....	19
2.1.3.3 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	21
2.1.3.4 Indikator Keputusan Pembelian	23
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pikiran.....	26
2.4 Hipotesis.....	26
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Operasional Variabel.....	28

3.2.1	Variabel Terikat/ Variabel Dependen	28
3.2.2	Variabel Bebas/ Variabel Independen	28
3.3	Populasi dan Sampel	30
3.3.1	Populasi.....	30
3.3.2	Sampel	30
3.4	Teknik Penggumpulan Data.....	31
3.5	Teknik Analisis	32
3.5.1	Analisis Deskriptif	32
3.5.2	Uji Kualitas Data	34
3.5.2.1	Uji Validitas Data.....	34
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	36
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	37
3.5.3.1	Uji Normalitas.....	37
3.5.3.2	Uji Multikolinearitas	38
3.5.3.3	Uji Heteroeskedastisitas	38
3.5.4	Uji Pengaruh	39
3.5.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
3.5.4.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	40
3.5.5	Uji Hipotesis	40
3.5.5.1	Uji T (Uji Parsial).....	41
3.5.5.2	Uji F (Uji Simultan)	41
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian	42
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	42
3.6.2	Jadwal Penelitian	42
BAB IV		43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		43
4.1	Profile Responden	43
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Usia	43
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
4.1.4	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	45
4.1.5	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pemakaian Situs <i>Web</i> Tokopedia.....	46
4.2	Hasil Penelitian	46
4.2.1	Analisis Deskriptif	46
4.2.1.1	Variabel <i>E-Service Quality</i>	46
4.2.1.2	Variabel Kepercayaan (X_2)	48
4.2.1.3	Variabel Keputusan Pembelian (Y)	51
4.2.2	Hasil Uji Kualitas Data	52
4.2.2.1	Uji Validitas Instrumen	52
4.2.2.2	Uji Reliabilitas Instrumen	55
4.2.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	56
4.2.3.1	Uji Normalitas.....	56
4.2.3.2	Uji Multikolinearitas	59
4.2.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.2.4	Hasil Uji Pengaruh.....	61

4.2.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
4.2.4.2	Analisis Determinasi (R^2).....	63
4.2.5	Hasil Uji Hipotesis.....	63
4.2.5.1	Uji T.....	63
4.2.5.2	Uji F.....	64
4.3	Pembahasan.....	65
4.3.1	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada situs <i>Web Tokopedia</i>	66
4.3.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs <i>Web Tokopedia</i>	67
4.3.3	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs <i>Web Tokopedia</i>	68
BAB V		70
PENUTUP		70
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA		73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Tingkat Pengunjung	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Dengan Grafik Histogram	57
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot	57
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Scatterplot	58

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel Operasional	29
Tabel 3.2 Skala Likert	32
Tabel 3.3 Rentang Skala Penelitian	33
Tabel 3.4 Range validitas.....	34
Tabel 3.5 Indeks Koefisien Reliabilitas.....	37
Tabel 3.6 Jadwal Penelitian	42
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pendidikan	45
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Pemakaian Situs Web Tokopedia.....	46
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel <i>E-Service Quality</i>	47
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Kepercayaan.....	49
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian ..	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas <i>E-Service Quality</i> (X1)	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X2)	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas (Y)	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas <i>E-Service Quality</i> (X1).....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan (X2)	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4.15 Hasil Uji KolmogorovSmirnov.....	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	63
Tabel 4.20 Hasil Uji F	65

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Slovin	30
Rumus 3.2 Rumus Rentang Skala.....	33
Rumus 3.3 korelasi <i>product moment</i>	35
Rumus 3.4 <i>Cronbach's Alpha</i>	36
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda	39
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	40
Rumus 3.7 Rumus t hitung.....	41
Rumus 3.8 Uji F	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner
Lampiran 2 Tabulasi Kuesioner
Lampiran 3 Hasil Olah SPSS
Lampiran 4 Tabel r
Lampiran 5 Tabel t
Lampiran 6 Tabel F