

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI
BUKALAPAK DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Ella Vetti Vera Nainggolan
180910409**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI
BUKALAPAK DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh
Ella Vetti Vera Nainggolan
180910409**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Ella Vetti Vera Nainggolan
NPM : 180910409
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul :

Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Bukalapak Di Kota Batam

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikat" karya orang lain. Sepengetahuan saya, dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila terdapat di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIAT, 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, 26 Juli 2023



Ella Vetti Vera Nainggolan

180910409

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI
BUKALAPAK DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Ella Vetti Vera Nainggolan
180910409**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini
Batam, 26 Juli 2023**



**Winda Eyyanto, S.S., M.MPd.
Pembimbing**



ABSTRAK

Dewasa ini, kegiatan perdagangan tidak hanya terjadi secara luring, tapi juga terjadi secara daring. Perkembangan perdagangan dari luring menjadi daring terjadi karena semakin berkembangnya teknologi dan akses internet yang semakin mudah diakses oleh masyarakat. Hal ini memicu persaingan antara perusahaan penyedia e-commerce yang tentunya menuntut perusahaan untuk meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen. Kemudahan penggunaan penting agar mengurangi hambatan pengguna dalam melajukaan pembelian, sementara transaksi daring yang tanpa adanya pertemuan tatap muka antara penjual dan pembeli membuat kepercayaan menjadi variabel yang penting dalam memutuskan konsumen untuk melakukan pembelian. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dengan penduduk kota Batam yang menjadi populasi dan sampel yang berjumlah 100 sampel. Data diolah menggunakan bantuan program SPSS 26, dan menghasilkan Kemudahan penggunaan dan kepercayaan konsumen berpengaruh secara parsial maupun simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji Koefisien determinasi menunjukkan variabel independen memiliki besaran 57.6% sedangkan untuk 42.4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: kemudahan penggunaan; kepercayaan konsumen; keputusan pembelian.

ABSTRACT

As these day, trading activities do not only occur offline, but also online. The development of trading from offline to online occurs due to the development of technology and internet access which is increasingly accessible to the public. This triggers competition between e-commerce provider companies, which of course requires companies to increase purchasing decisions for consumers. Kemudahan Penggunaan is important in order to reduce user barriers in advancing purchases, while online transactions without face-to-face meetings between sellers and buyers make trust an important variable in deciding consumers to make purchases. This research uses a quantitative research type, with Batam city residents being the population and a sample of 100 samples. The data is processed using the SPSS 26 program, and produces Kemudahan Penggunaan and Kepercayaan Konsumen that has a partial or simultaneous and significant effect on purchasing decisions. The test results for the coefficient of determination show that the independent variable has a magnitude of 57.6% while the remaining 42.4% is influenced by other variables.

Keywords: Kepercayaan Konsumen; Kemudahan Penggunaan; purchase decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan setinggi-tingginya pada Tuhan Yang Maha Esa atas pelimpahan karunia dan rahmat-Nya kepada penulis, yang atas berkatnya, penelitian ini dapat terselesaikan yang juga memiliki fungsi sebagai syarat akhir sebelum penyelesaian program pembelajaran strata 1 (S1) pada progra studi Manajemen di Universitas Putra Batam

Penulis sepenuhnya sadar bahwa penelitian ini tidak akan luput dari kesalahan dan sangat terpaut dengan kesempurnaan. Penulis akan menerima kritik dan saran yang tentunya akan membangun penulis untuk dapat menghasilkan pembelajaran dan pengalaman yang sangat berharga khususnya dalam membangun penelitian yang lebih baik di masa yang akan datang. Dengan segala kerendahan hati , penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Nur Elfi Husda, S.kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putra Batam.
2. Bapak Dr. Michael J.Rorong. S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putra Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putra Batam.
4. Winda Evyanto, S.S., M.MPd selaku pembimbing skripsi yang selalu meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk selalu membimbing penulis.
5. Bapak/Ibu Dosen dan Staff Universitas Putra Batam.
6. Bapak/Ibu penguji yang bersedia untuk menjadi penguji serta memberikan krititk dan saran yang membangun.
7. Kedua Orangtua tercinta penulis Bapak Haposan Nainggolan dan Ibu Mersida Siahaan yang selalu meberikan doa, dukungan, dan perhatian pada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik
8. Masyarakat yang sudah bersedia berpatisipasi sebagai responden;

Penulis kembali bersyukur dan mengucapkan terima kasih untuk setiap pihak yang ikut terlibat dalam terbentuknya penelitian ini, permintaan maaf sedalam-dalamnya bagi pihak yang tidak bisa disebutkan, penulis hanya bisa berharap bahwa Tuhan yang maha pengasih sebagai pembalas dalam segala bentuk yang dirahmati-Nya

Batam, 22 Juli 2023



Ella Vetti Vera Nainggolan



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR RUMUS	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi masalah	9
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Rumusan Masalah	10
1.5. Tujuan Penelitian.....	10
1.6. Manfaat Penelitian	10
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	11
1.6.2. Manfaat Praktis	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teori	13
2.1.1. Kemudahan Penggunaan	13
2.1.1.1. Pengertian Kemudahan Penggunaan	13
2.1.1.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemudahan Penggunaan	14
2.1.1.3. Fungsi Kemudahan Penggunaan	15
2.1.1.4. Indikator Kemudahan Penggunaan	16
2.1.2. Kepercayaan Konsumen	17
2.1.2.1. Pengertian Kepercayaan Konsumen	17
2.1.2.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen.....	18
2.1.2.3. Fungsi Kepercayaan Konsumen	19
2.1.2.4. Indikator Kepercayaan Konsumen.....	21
2.1.3. Keputusan Pembelian	22
2.1.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	22
2.1.3.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	23
2.1.3.3. Fungsi Keputusan Pembelian.....	24
2.1.3.4. Indikator Keputusan Pembelian	25
2.2. Penelitian Terdahulu	26
2.3. Kerangka Pemikiran.....	33
2.3.1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian... 33	33
2.3.2. Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian ... 33	33

2.3.3.	Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	34
2.4.	Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1.	Jenis Penelitian.....	38
3.2.	Sifat Penelitian	38
3.3.	Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian	39
3.3.1.	Lokasi Penelitian	39
3.3.2.	Jadwal Penelitian.....	39
3.4.	Populasi Dan Sampel Penelitian.....	40
3.4.1.	Populasi	40
3.4.2.	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	40
3.5.	Sumber Data	42
3.5.1.	Sumber Data Primer	42
3.5.2.	Sumber Data Sekunder	43
3.6.	Metode Pengumpulan Data.....	44
3.6.1.	Teknik Pengumpulan Data	44
3.6.2.	Alat Pengumpulan Data.....	45
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	46
3.7.1.	Variabel Bebas (Independen)	46
3.7.1.1.	Kemudahan Penggunaan	46
3.7.1.2.	Kepercayaan Konsumen	46
3.7.2.	Variabel Terikat (Dependen).....	47
3.7.2.1.	Keputusan Pembelian	47
3.8.	Metode Analisis Data	48
3.8.1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	48
3.8.2.	Uji Kualitas Data.....	50
3.8.2.1.	Uji Validitas	50
3.8.3.	Uji Reliabilitas Data	51
3.8.4.	Uji Asumsi Klasik	52
3.8.4.1.	Uji Normalitas	53
3.8.4.2.	Uji Multikolinearitas	53
3.8.4.3.	Uji Heterokedastisitas	54
3.8.5.	Uji Pengaruh	55
3.8.5.1.	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	55
3.8.5.2.	Uji Koefisien Determinasi	56
3.9.	Uji Hipotesis	56
3.9.1.	Uji t (Regresi Parsial).....	58
3.9.2.	Uji Simultan (F).....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	61
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden	62
4.2.1.	Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.2.2.	Karakteristik berdasarkan Usia	63

4.2.3.	Karakteristik berdasarkan pekerjaan	64
4.2.4.	Karakteristik berdasarkan Lama Bekerja	64
4.2.5.	Karakteristik berdasarkan lama menjadi pelanggan	65
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden	66
4.3.1.	Deskripsi Variabel Kemudahan Penggunaan	66
4.3.2.	Deskripsi Variabel Kepercayaan Konsumen.....	67
4.3.3.	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	68
4.4.	Analisis Data.....	70
4.4.1.	Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	70
4.4.2.	Uji Kualitas Data.....	71
4.4.2.1.	Uji Validitas Data.....	71
4.4.2.2.	Uji Reliabilitas	73
4.4.3.	Uji Asumsi Klasik	74
4.4.3.1.	Uji Normalitas	74
4.4.3.2.	Uji Multikolinearitas.....	76
4.4.3.3.	Uji Heterokedastisitas	77
4.5.	Uji Pengaruh	79
4.5.1.	Analisis Linear Berganda	79
4.5.2.	Analisis Koefisien Determinasi	80
4.5.3.	Uji T.....	81
4.5.4.	Uji F.....	82
4.6.	Pembahasan	83
4.6.1.	Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian...	83
4.6.2.	Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian ...	83
4.6.3.	Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	84
4.7.	Implikasi Penelitian	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Kesimpulan.....	88
5.2.	Saran.....	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 <i>E-Commerce</i> dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia.....	4
Gambar 1.2 Barang tetap tampil di pencarian walaupun tidak tersedia	6
Gambar 1.3 Keluhan Pengguna Bukalapak	7
Gambar 1.4 Fitur “No Ongkir” yang tidak berfungsi.....	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 4.1 Grafik Histogram	74
Gambar 4.2 Normal p-plot	75
Gambar 4.3 Normal Scatterplot.....	77

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	40
Tabel 3.2 Skala Likert	45
Tabel 3.3 Variabel Operasional.....	47
Tabel 3.4 Rentang Skala.....	49
Tabel 4.1 Responden berdasarkan jenis kelamin	62
Tabel 4.2 Responden berdasarkan usia.....	63
Tabel 4.3 Responden berdasarkan pekerjaan.....	64
Tabel 4.4 Responden berdasarkan jumlah pendapatan.....	64
Tabel 4.4 Responden berdasarkan lama menjadi pelanggan.....	65
Tabel 4.6 Deskripsi variabel Kemudahan Penggunaan	66
Tabel 4.7 Deskripsi variabel Kepercayaan Konsumen	67
Tabel 4.9 Deskripsi variabel Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 4.10 Hasil uji analisis deskriptif	70
Tabel 4.11 Validitas variabel Kemudahan Penggunaan	71
Tabel 4.12 Validitas variabel Kepercayaan Konsumen	72
Tabel 4.14 Validitas variabel Keputusan Pembelian.....	72
Tabel 4.15 Validitas uji reliabilitas	73
Tabel 4.16 Hasil uji Kolmogorov-Smirnov	76
Tabel 4.17 Hasil uji Multikolinearitas	76
Tabel 4.18 Hasil uji Heterokedastisitas	78
Tabel 4.19 Hasil uji Analisis Linear Berganda	79
Tabel 4.20 Hasil uji Koefisien Determinan	80
Tabel 4.21 Hasil uji t	81
Tabel 4.22 Hasil uji F	82

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Lemeshow	41
Rumus 3.2 Rentang Skala	48
Rumus 3.3 Rumus Uji Validitas	50
Rumus 3.4. Regresi linier Berganda	56