

**PENGARUH CUSTOMER TRUST DAN PERCEIVE
EASE OF USE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEEFOOD DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Dilan Sanjaya
200910230**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH CUSTOMER TRUST DAN PERCEIVE
EASE OF USE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEEFOOD DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Dilan Sanjaya
200910230**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Dilan sanjaya
NPM : 200910230
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “SKRIPSI” yang saya buat dengan judul :

**“PENGARUH CUSTOMER TRUST DAN PERCEIVE EASE OF USE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI
SHOPEEFOOD DI KOTA BATAM”**

Adalah hasil saya karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam makalah 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 Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh di batalkan, serta diproses sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 12 Juli 2024



Dilan Sanjaya

200910230

**PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN
PERCEIVE EASE OF USE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEEFOOD DI
KOTA BATAM**

Dilan Sanjaya
200910230


SKRIPSI

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

Oleh
Dilan Sanjaya
200910230

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 12 Juli 2024



Triana Ananda Rustam, S.E, M.M.
Pembimbing



ABSTRAK

Saat ini internet telah menjadi primadona baru dalam melakukan berbagai hal. Salah satu manfaat internet adalah mendapatkan informasi dan dapat mengatasi keterbatasan jarak, keterbatasan waktu, dan biaya dengan mudah dan cepat. Begitu pula dengan kemudahan pemenuhan kebutuhan melalui pembelian di pasar. PT Shopee Internasional Indonesia menduduki peringkat ketiga sebagai aplikasi terbesar di Indonesia dan juga memiliki layanan Shopeefood yang bergerak di bidang layanan pesan-antar makanan. Terjadinya keputusan pembelian pada shopeefood dipengaruhi oleh kepercayaan pelanggan dan persepsi kemudahan penggunaan dari konsumen pengguna aplikasi shopeefood di Kota Batam. Penelitian ini meneliti 100 responden dengan penelitian kuantitatif menggunakan teknik non-probability sampling dengan purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dan simultan antara variabel kepercayaan pelanggan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopeefood di Kota Batam.

Kata Kunci : Kepercayaan Pelanggan, Persepsi Kemudahan Penggunaan,
Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Nowadays, the internet has become the new prima donna in doing various things. One of the benefits of the internet is to get information and can overcome distance limitations, time limitations, and costs easily and quickly. Likewise, it is easy to fulfill needs through purchases in the marketplace. PT Shopee Internasional Indonesia is ranked third as the largest application in Indonesia and also has Shopeefood services which are engaged in food delivery services. The occurrence of purchasing decisions at Shopeefood is influenced by customer trust and perceived ease of use from consumers who use the Shopeefood application in Batam City. This study examined 100 respondents with quantitative research using non-probability sampling techniques with purposive sampling. The results of this study indicate a significant and simultaneous influence between the variables of customer trust and perceived ease of use on purchasing decisions on the Shopeefood application in Batam City.

Keywords: *Customer Trust, Perceive Ease Of Use, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia'Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi Manajemen Universitas Putera Batam.

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

1. Ibu Assoc.Prof.Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom.,M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrail Rorong, S.T., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen
4. Ibu Triana Ananda Rustam, S.E, M.M. selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan staf Universitas Putera Batam.
6. Kedua orang tua dan keluarga besar penulis yang selalu menyemangati dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada seluruh teman-teman penulis yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi.
8. Para responden yang turut berpartisipasi.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

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

Batam, 12 Juli 2024



Penulis,
Dilan Sanjaya



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	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	8
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Teori	11
2.1.1 Kepercayaan Pelanggan.....	11
2.1.1.1 Pengertian Kepercayaan Pelanggan.....	11
2.1.1.2 Dimensi Kepercayaan Pelanggan	12
2.1.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Pelanggan	13
2.1.1.4 Indikator-indikator Kepercayaan Pelanggan	13
2.1.2 Perceive Ease of Use.....	14
2.1.2.1 Pengertian <i>Perceive Ease of Use</i>	14
2.1.2.2 Dimensi <i>Perceived Ease of Use</i>	15
2.1.2.3 Indikator-indikator <i>Perceive Ease of Use</i>	16
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.1.3.2 Fase Keputusan Pembelian.....	18
2.3.2.3 Faktor-faktor Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	19
2.3.2.4 Indikator-indikator Keputusan Pembelian.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
2.3.1 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.2 Pengaruh <i>Perceive Ease of Use</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.4 Kerangka Konseptual.....	23
2.5 Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24

3.2	Sifat Penelitian.....	24
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	24
3.3.1	Lokasi Penelitian	24
3.3.2	Periode Penelitian	24
3.4	Populasi dan Sampel.....	25
3.4.1	Populasi.....	25
3.4.2	Teknik Penentuan Besaran Sampel.....	25
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	26
3.5	Sumber Data	27
3.6	Metode Pengumpulan Data	28
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	28
3.7.1	Variabel Independen	28
3.7.2	Variabel Dependen.....	29
3.8	Metode Analisis Data.....	30
3.8.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	30
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	31
3.8.2.1	Uji Validitas Data	31
3.8.2.2	Uji Realibilitas	32
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.8.3.1	Uji Normalitas	33
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	33
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	34
3.8.4	Uji Pengaruh	34
3.8.4.1	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	34
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	35
3.9	Uji Hipotesis.....	35
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	35
3.9.2	Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		37
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	37
4.2	Deskripsi Profil Responden.....	37
4.2.1	Karakteristik Usia Responden	37
4.2.2	Karakteristik Jenis Kelamin Responden	38
4.2.3	Karakteristik Pekerjaan Responden.....	39
4.2.4	Karakteristik Penghasilan Responden.....	39
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	40
4.3.1	Deskripsi Tanggapan Responden Pada Variabel Kepercayaan Pelanggan (X_1)	41
4.3.2	Deskripsi Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Perceive Ease of Use</i> (X_2).....	43
4.3.3	Deskripsi Tanggapan Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	44
4.4	Analisis Data.....	46
4.4.1	Hasil Uji Kualitas Data.....	46

4.4.1.1 Hasil Uji Validitas.....	46
4.4.1.2 Hasil Uji Realibilitas	48
4.4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	49
4.4.2.1 Hasil Uji Normalitas	49
4.4.2.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
4.4.2.3 Hasil Uji Multikolinearitas	52
4.4.1. Uji Pengaruh.....	52
4.4.1.1 Uji Regresi Linear Berganda	52
4.4.1.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
4.5 Pengujian Hipotesis.....	54
4.5.1 Uji t (Uji Parsial)	54
4.5.2 Uji f (Uji Simultan)	55
4.6 Pembahasan	56
4.6.1 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	56
4.6.2 Pengaruh <i>Perceive Ease of Use</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.6.3 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan <i>Perceive Ease of Use</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	57
4.7.1 Implikasi Teoritis	57
4.7.1. Implikasi Praktis	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1. Simpulan.....	59
5.2. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	
LAMPIRAN 1 Pendukung Penelitian	
LAMPIRAN 2 Daftar Riwayat Hidup	
LAMPIRAN 3 Surat Izin Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Permasalahan Keputusan Pembelian ShopeeFood.....	4
Gambar 1.2 Permasalahan Kepercayaan Pelanggan.....	5
Gambar 1.3 Permasalahan <i>Perceive Ease Of Use</i>	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	23
Gambar 4.1 Histogram.....	49
Gambar 4.2 <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna <i>Delivery Food</i> di Indonesia.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Periode Penelitian	25
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	28
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.4 Rentang Skala	31
Tabel 4.1 Pengelompokkan Responden Dilandaskan Usia	38
Tabel 4.2 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.3 Pengelompokkan Responden Dilandaskan Pekerjaan	39
Tabel 4.4 Pengelompokkan Responden Dilandaskan Penghasilan	40
Tabel 4.5 Analisa Deskriptif Terhadap Kepercayaan Pelanggan (X_1).....	41
Tabel 4.6 Analisa Deskriptif Terhadap Kepercayaan Pelanggan (X_2).....	43
Tabel 4.7 Analisa Deskriptif Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Pelanggan (X_1).....	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas <i>Perceive Ease of Use</i> (X_2).....	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan Pelanggan (X_1)	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Perceive Ease of Use</i> (X_2).....	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y	49
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	50
Tabel 4.15 Uji <i>Glejser</i>	51
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial)	55
Tabel 4.20 Hasil Uji F (Simultan).....	56

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 <i>Lemmeshow</i>	26
Rumus 3.2 Rentang Skala.....	30
Rumus 3.3 Korelasi <i>Pearson Product</i>	31
Rumus 3.4 <i>Alpha Cronbach</i>	32
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda.....	34