

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, DAN KEMUDAHAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE*
SHOPEE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh :

Yohana Abigail Tiurmaida

210910171

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, DAN KEMUDAHAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE*
SHOPEE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat

Memperoleh gelar sarjana



Oleh :

Yohana Abigail Tiurmaida

210910171

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yohana Abigail Tiurmaida
NPM : 210910171
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, DAN KEMUDAHAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE*
SHOPEE DI KOTA BATAM**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan merupakan “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 yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 21 Juli 2025



Yohana Abigail Tiurmaida

210910171

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, DAN
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA *E-COMMERCE* SHOPEE DI KOTA BATAM**

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

Oleh:

Yohana Abigail Tiurmaida

210910171

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

Batam, 21 Juli 2025



Prof. Asosiat Dr. Suhardi, S.E., M.M.

Pembimbing



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan orientasi memetakan pengaruh kepercayaan, keamanan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee secara individu dan bersama-sama. Sampel penelitian ini melibatkan 100 responden dengan menerapkan metode purposive sampling, dimana pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Analisis dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 30, yang terdiri dari uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, keamanan dan kemudahan secara individu dan bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee. Temuan penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan *e-commerce* Shopee di masa depan.

Kata kunci: Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study was conducted with the orientation of mapping the influence of trust, security and convenience on purchasing decisions on Shopee e-commerce individually and collectively. The sample of this study involved 100 respondents by applying the purposive sampling method, where data collection was carried out by distributing questionnaires. The analysis was carried out using the SPSS version 30 application, which consists of data quality tests, classical assumption tests, influence tests and hypothesis testing. The approach applied in this study is multiple linear regression. The research findings indicate that the variables of trust, security and convenience individually and collectively have a positive and significant effect on purchasing decisions in Shopee e-commerce. The findings of this study can be used to improve Shopee e-commerce in the future.

Keyword: *Trust, Security, Convenience, Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan rasa syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih memiliki kekurangan dan belum sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima setiap masukan maupun kritik yang membangun. Penulis pun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terlaksana tanpa adanya bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, 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., M.I.Kom. selaku Dekan Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.
4. Prof. Asosiat Dr. Suhardi, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis.
6. Orang tua dan teman-teman yang telah mendoakan serta memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.
7. Responden yang telah membantu penulis untuk mengisi kuesioner yang dapat membantu proses penelitian.

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

Batam, 21 Juli 2025



Yohana Abigail Tiurmaida



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	12
1.3. Batasan Masalah	13
1.4. Rumusan Masalah.....	14
1.5. Tujuan Penelitian	14
1.6. Manfaat Penelitian	15
1.6.1. Manfaat Teoritis	15
1.6.2. Manfaat Praktis	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1. Kajian Teori.....	17
2.1.1. Kepercayaan.....	17
2.1.1.1. Pengertian Kepercayaan	17
2.1.1.2. Faktor-Faktor Kepercayaan	18
2.1.1.3. Indikator Kepercayaan	19
2.1.2. Keamanan.....	21
2.1.2.1. Pengertian Keamanan.....	21
2.1.2.2. Dimensi Keamanan	22
2.1.2.3. Indikator Keamanan	24
2.1.3. Kemudahan	26
2.1.3.1. Pengertian Kemudahan	26
2.1.3.2. Indikator Kemudahan	27

2.1.4. Keputusan Pembelian.....	28
2.1.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	28
2.1.4.2. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	29
2.1.4.3. Indikator Keputusan Pembelian	32
2.2. Penelitian Terdahulu.....	33
2.3. Kerangka Pemikiran.....	36
2.3.1. Hubungan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.3.2. Hubungan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	37
2.3.3. Hubungan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian	37
2.3.4. Hubungan Kepercayaan, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian.....	37
2.4. Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1. Jenis Penelitian	40
3.2. Sifat Penelitian.....	40
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian.....	41
3.3.1. Lokasi Penelitian.....	41
3.3.2. Periode Penelitian	41
3.4. Populasi dan Sampel	42
3.4.1. Populasi.....	42
3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel	43
3.4.3. Teknik Sampling.....	44
3.5. Sumber Data	45
3.5.1. Data Primer.....	45
3.5.2. Data Sekunder.....	45
3.6. Metode Pengumpulan Data	45
3.7. Definisi Operasional Variabel.....	46
3.7.1. Variabel Bebas (Independent Variable)	46
3.7.2. Variabel Terikat (Dependent Variable).....	47
3.8. Metode Analisis Data	48
3.8.1. Uji Statistik Deskriptif	49
3.8.2. Uji Kualitas Data	50
3.8.2.1. Uji Validitas	50
3.8.2.2. Uji Reliabilitas.....	52

3.8.3. Uji Asumsi Klasik	53
3.8.3.1. Uji Normalitas	53
3.8.3.2. Uji Multikolinearitas	54
3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas	55
3.8.4. Uji Pengaruh	56
3.8.4.1. Uji Regresi Linier Berganda	56
3.8.4.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	57
3.9. Uji Hipotesis	57
3.9.1. Uji t (Secara Parsial)	57
3.9.2. Uji F (Secara Simultan)	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.1.1. Sejarah Objek Penelitian	60
4.1.2. Logo Objek Penelitian	61
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden	61
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	63
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	64
4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Barang	64
4.3. Deskripsi Jawaban Responden	65
4.3.1. Deskripsi Variabel Kepercayaan (X_1)	65
4.3.2. Deskripsi Variabel Keamanan (X_2)	68
4.3.3. Deskripsi Variabel Kemudahan (X_3)	71
4.3.4. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	74
4.4. Analisis Data	77
4.4.1. Uji Kualitas Data	77
4.4.1.1. Uji Validitas	77
4.4.1.2. Uji Reliabilitas	79
4.4.2. Uji Asumsi Klasik	80
4.4.2.1. Uji Normalitas	80
4.4.2.2. Uji Multikolinearitas	83
4.4.2.3. Uji Heteroskedastisitas	83

4.4.3. Uji Pengaruh	84
4.4.3.1. Uji Regresi Linier Berganda	84
4.4.3.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	86
4.5. Pengujian Hipotesis	87
4.5.1. Uji t (Secara Parsial)	87
4.5.2. Uji F (Secara Simultan)	89
4.6. Pembahasan	90
4.6.1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	90
4.6.2. Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian	91
4.6.3. Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian	91
4.6.4. Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian	92
4.7. Implikasi Hasil Penelitian	93
4.7.1. Implikasi Teoritis	93
4.7.2. Implikasi Praktis	93
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	95
5.1. Simpulan	95
5.2. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN I PENDUKUNG PENELITIAN	
LAMPIRAN II DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN III SURAT KETERANGAN PENELITIAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>E-commerce</i> dengan pengunjung terbanyak di Indonesia pada tahun 2023 (Q1 dan Q2)	3
Gambar 1.2 Pengguna <i>E-commerce</i> Shopee berdasarkan jenis kelamin dan umur pada tahun 2023	3
Gambar 1.3 Keluhan konsumen terhadap kualitas produk yang tidak sesuai dengan deskripsi	6
Gambar 1.4 Keraguan konsumen terhadap ulasan dan rating produk yang ditampilkan pada aplikasi Shopee	6
Gambar 1.5 Pencurian dan peretasan identitas pribadi pengguna <i>e-commerce</i> Shopee	7
Gambar 1.6 Transaksi yang tidak sah dan transaksi penipuan yang terjadi pada <i>e-commerce</i> Shopee	8
Gambar 1.7 Antarmuka pengguna yang kompleks dan navigasi yang tidak intuitif pada <i>e-commerce</i> Shopee	9
Gambar 1.8 Banyaknya biaya layanan tambahan dan kesulitan pada saat penggunaan voucher pada <i>e-commerce</i> Shopee	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	38
Gambar 4.1 Logo Shopee	61
Gambar 4.2 Histogram Uji Normalitas	81
Gambar 4.3 Grafik Uji Normalitas	82
Gambar 4.4 Grafik Scatterplot	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 2.2 Lanjutan.....	35
Tabel 2.3 Lanjutan.....	36
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	42
Tabel 3.2 Kriteria Skala Likert.....	46
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	47
Tabel 3.4 Lanjutan.....	48
Tabel 3.5 Kategori Rentang Skala.....	50
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Rentang Usia.....	62
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	63
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	64
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Shopee.....	64
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Barang	65
Tabel 4.7 Deskriptif Kepercayaan (X_1).....	66
Tabel 4.8 Lanjutan.....	67
Tabel 4.9 Deskriptif Keamanan (X_2).....	69
Tabel 4.10 Lanjutan.....	70
Tabel 4.11 Deskriptif Kemudahan (X_3)	72
Tabel 4.12 Lanjutan.....	73
Tabel 4.13 Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	74
Tabel 4.14 Lanjutan.....	75
Tabel 4.15 Uji Validitas Kepercayaan (X_1).....	77
Tabel 4.16 Uji Validitas Keamanan (X_2)	78
Tabel 4.17 Uji Validitas Kemudahan (X_3)	78
Tabel 4.18 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	79
Tabel 4.19 Uji Reliabilitas.....	80
Tabel 4.20 Uji 1 Sampel Kolmogorov Smirnov.....	82
Tabel 4.21 Uji Multikolinearitas	83
Tabel 4.22 Uji Regresi Linier Berganda.....	85
Tabel 4.23 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	87
Tabel 4.24 Uji t (Secara Parsial).....	87
Tabel 4.25 Uji F (Secara Simultan).....	89

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 <i>Slovin</i>	43
Rumus 3.2 Rentang Skala	49
Rumus 3.3 <i>Pearson Product Moment</i>	51
Rumus 3.4 <i>Cronbach's Alpha</i>	52
Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda	56