

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI
PADA SITUS BELANJA ONLINE LAZADA DI
BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Wita Nensa Siahaan
160910461**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2021**

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI
PADA SITUS BELANJA ONLINE LAZADA DI
BATAM**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana**



**Oleh:
Wita Nensa Siahaan
160910461**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Wita Nensa Siahaan
NPM 160910461
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli pada Situs Belanja Online Lazada di Batam”

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 Sarjana 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, 27 Januari 2021



Wita Nensa Siahaan

160910461

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI
PADA SITUS BELANJA ONLINE LAZADA DI
BATAM**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana**

**Oleh:
Wita Nensa Siahaan
160910461**

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

Batam, 28 Januari 2021



Dr. Hendri Herman, S.E., M. Si.

Pembimbing



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen dan kepuasan konsumen terhadap minat beli pada situs belanja online di Lazada Kota Batam. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Hasil uji t untuk variabel kepercayaan konsumen (X1) adalah 0,048 <0,05 dan nilai t sebesar 2,007> nilai t tabel 1,660. Variabel kepuasan pelanggan (X2) sebesar 0,000 <0,05 dan nilai t hitung 4,226> nilai t tabel 1,660. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai uji f sebesar 0,000 <0,05, dan nilai F hitung sebesar 28,212> nilai f tabel 2,14 yang berarti bahwa variabel kepercayaan konsumen dan kepuasan konsumen secara simultan berpengaruh terhadap variabel minat beli.

Kata Kunci: Keyakinan, Kepuasan Konsumen, Minat Beli.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of consumer trust and consumer satisfaction on buying interest in online shopping sites at Lazada, Batam City. The research method used is descriptive research method. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents. The results of the t test for the variable consumer confidence (X1) are $0.048 < 0.05$ and the t value is $2.007 > t$ table value 1.660 . customer satisfaction variable (X2) is $0.000 < 0.05$ and the t value is $4.226 > t$ table value is 1.660 . The research shows that the value of the f test is $0.000 < 0.05$, and the value of F count is $28.212 > f$ table value 2.14 , which means that the variables of consumer confidence and customer satisfaction simultaneously influence the purchase interest variable.

Keywords: *Consumer Confidence, Consumer Satisfaction, Purchase Interest.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan 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 srata satu (S1) pada Program Studi Manajemen pada 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 juga bahwa skripsi ini tidak akan 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 Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen pada Universitas Putera Batam.
5. Bapak- bapak dan ibu-ibu Dosen yang sudah memberikan bekal ilmu selama perkuliahan dan Staff Universitas Putera Batam yang sudah melayani segala administrasi dengan sepenuh hati.

6. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda tercinta Maringan Siahaan dan Ibunda Miasa Sinaga yang selama ini telah memberikan dukungan, mengajarkan ketegaran dalam hidup, dan motivasi yang luar biasa. Doa tulus Ayahanda dan ibu kepada penulis putrinya dalam sujud panjangnya. Terimakasih telah memberikan pendidikan yang terbaik hingga mengantarkan penulis sampai pada jenjang Sarjana.
7. Kakak penulis Wira Boy Siahaan, Wita Nensi Siahaan dan Adik Penulis Kristok Siahaan dan Elsiani Cindy Siahaan yang selalu mendoakan, memotivasi, dan memberi semangat kepada penulis.
8. Sahabat dan teman-teman mahasiswa/ i Prodi Manajemen angkatan 2016 yang satu perjuangan dengan penulis dan yang sudah berbagi ilmu dan pengalaman dalam proses pembuatan skripsi penulis.
9. Responden yang telah bersedia membantu untuk mengisi kuesioner.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat dan kasih-Nya kepada kita semua.

Batam, 28 januari 2020

Wita Nensa Siahaan



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR RUMUS.....	xiv
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Kepercayaan Konsumen.....	10
2.1.2 Kepuasan Konsumen.....	14
2.1.3 Minat Beli.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27

2.3	Kerangka Pemikiran	29
2.4	Hipotesis.....	31
BAB III.....		32
METODE PENELITIAN.....		32
3.1	Desain Penelitian	32
3.2	Operasional Variabel	33
3.2.1	Variabel Independen (X).....	33
3.2.2	Variabel Dependen (Y)	35
3.3	Populasi dan Sampel	37
3.3.1	Populasi	37
3.3.2	Sampel Penelitian	38
3.4	Teknik pengumpulan data	39
3.4.1	Alat pengumpulan data.....	40
3.5	Metode Analisis Data	41
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	42
3.5.2	Uji Kualitas Data	42
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	44
3.5.4	Uji Pengaruh.....	47
3.5.5	Uji Hipotesis.....	49
3.6	Lokasi Penelitian	52
3.7	Jadwal penelitian	52
BAB IV		53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Hasil Penelitian.....	53
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	55
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.2	Hasil Penelitian.....	56
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	57

4.2.2	Uji Kualitas Data	60
4.2.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	62
4.2.4	Uji Pengaruh.....	68
4.2.5	Hasil Uji Hipotesis	69
4.3	Pembahasan	72
4.3.1	Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Situs Belanja Online Lazada di Batam.....	72
4.3.2	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Situs Belanja Online Lazada di Batam.....	73
4.3.3	Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Situs Belanja Online Lazada di Batam.....	74
BAB V.....		75
KESIMPULAN DAN SARAN.....		75
5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA		77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1 Uji Normalitas dengan Histogram	64
Gambar 4.2 Uji Normalitas dengan Normal p-p plot	65
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Keluhan Konsumen Mengenai Lazada Tahun 2020.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	36
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian	52
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4. 4 Persentase Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Konsumen.....	57
Tabel 4. 5 Persentase Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen.....	58
Tabel 4. 6 Persentase Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Beli.....	59
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Konsumen	60
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Minat Beli	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4. 11 Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov	63
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	69
Tabel 4. 15 Hasil Uji T	70
Tabel 4. 16 Hasil Uji F	71
Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	72

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus <i>Lemeshow</i>	38
Rumus 3.2 Korelasi Pearson Product	43
Rumus 3.3 Uji Reliabilitas	44
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda.....	47
Rumus 3.5 Uji T.....	49
Rumus 3.6 Uji F	51