

**ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SECARA ONLINE PADA SITUS BUKALAPAK.COM**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh:

SRI RAHAYU UMRI

NPM : 14420184

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2018

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sri Rahayu Umri
NPM : 14420184
Alamat : Ds. Labuhan Kec. Sepulu Kab. Bangkalan, Madura
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA SITUS BUKALAPAK.COM** adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 14 Februari 2018

Yang membuat pernyataan



Sri Rahayu Umri
14420184


SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SECARA ONLINE PADA SITUS BUKALAPAK.COM

Diajukan oleh:
SRI RAHAYU UMRI
NPM : 14420184


TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING


LESTARI SE., MM.

Tanggal, 14 Februari 2018

KETUA PROGRAM STUDI


Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si.

Tanggal, 14 Februari 2018

Skripsi

**ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SECARA ONLINE PADA SITUS BUKALAPAK.COM**

Dipersiapkan dan disusun oleh:
SRI RAHAYU UMRI
NPM : 14420184

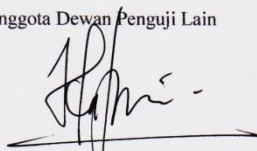
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



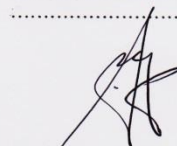
Lestari, SE., MM.

Anggota Dewan Penguji Lain



Tri Tjahyo Pournomo, SE., MM.

.....




Djojo Dihadjo, SE., MM., M.Ak.

.....

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal 14 Februari 2018


Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si.
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Tidak lupa pula sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita nabi besar Rasulullah Muhammad SAW. Harapan saya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi universitas atau perguruan tinggi, bagi mahasiswa dan peneliti lain.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan baik dari segi teori maupun yang lainnya. Oleh karena itu saya menerima segala saran maupun kritik yang membangun guna menambah wawasan yang lebih lanjut. Atas dukungan yang telah diberikan dalam penyusunan skripsi ini saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. H. Sri Harmidji, dr., Sp. THT-KL (k), selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Iman Karyadi, MM, Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Siti Djamilah, SE., M.Si selaku Ketua Progam Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Bapak Lestari, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan skripsi.
5. Ibu Atty Erdiana, M.AK. selaku Dosen Wali yang telah memberikan dukungandan pengarahan selama masa perkuliahan.
6. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu dan meluangkan waktunya untuk mengajar, membimbing dari awal semester hingga skripsi ini selesai.
7. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
8. Ayah, Ibu, Nenek, Abang, Adik dan seluruh keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan selama masa perkuliahan dan proses pembuatan skripsi.
9. Sahabat dari bangku SMA, Aida, Rayya, Mifta, Handriyani, Yulia, dan Muhida yang selalu saling memberikan semangat serta dukungan selama masa perkuliahan dan selama proses pembuatan skripsi.
10. Teman-teman seperjuangan, Ika, Imriyani, Cintya, Veronica, Riri, Iin, Mega dan seluruh teman Manajemen F yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama proses pembuatan skripsi yang tidak bisa saya sebut satu persatu.

Surabaya, Februari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Surat Pernyataan Bebas Plagiat	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Susunan Dewan Penguji.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Intisari (Abstraksi)	xiii
Bab I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Skripsi.....	7
Bab II TELAAH PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Perilaku Konsumen.....	8
2.1.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	9
2.1.3. Belanja Daring (Belanja <i>Online</i>).....	12
2.1.4. Kepercayaan	17
2.1.5. Indikator Variabel Kepercayaan.....	20
2.1.6. Kemudahan	20
2.1.7. Indikator Variabel Kemudahan	21
2.1.8. Kualitas Informasi	22
2.1.9. Indikator Variabel Kualitas Informasi	24
2.1.10. Keputusan Pembelian.....	25

2.1.11. Indikator Variabel Keputusan Pembelian	29
2.2. Hubungan Antar Variabel.....	29
2.2.1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.2.2. Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.2.3. Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3. Penelitian Sebelumnya	35
2.4. Hipotesis dan Model Analisis	37
2.4.1. Hipotesis Penelitian	37
2.4.2. Model Analisis	37
Bab III METODE PENELITIAN.....	38
3.1. Pendekatan Penelitian.....	38
3.2. Populasi Dan Sampel.....	38
3.2.1. Populasi.....	38
3.2.2. Sampel.....	38
3.3. Identifikasi Variabel	39
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	39
3.4.1. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	40
3.4.2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	41
3.5. Jenis Dan Sumber Data.....	42
3.6. Prosedur Pengumpulan Data.....	43
3.7. Teknik Analisis	44
Bab IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1. Hasil Penelitian	49
4.1.1. Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	49
4.1.1.1. Sejarah Singkat Bukalapak.....	49
4.1.2. Deskripsi Hasil Penelitian	53
4.1.2.1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	53
4.1.2.2. Karakteristik Jenis Kelamin Responden	54
4.1.2.3. Karakteristik Usia Responden	54

4.1.2.4. Karakteristik Program Studi Responden	55
4.1.2.5. Uang Saku/Penghasilan Perbulan	56
4.1.3. Deskripsi Variabel Penelitian	56
4.1.3.1. Deskripsi Variabel Penelitian Kepercayaan (X1)	57
4.1.3.2. Deskripsi Variabel Penelitian Kemudahan (X2)	58
4.1.3.3. Deskripsi Variabel Penelitian Kualitas Informasi (X3)	59
4.1.3.4. Deskripsi Variabel Penelitian Keputusan Pembelian (Y)	59
4.1.4. Hasil Dan Pembahasan	60
4.1.4.1. Hasil Uji Validitas	60
4.1.4.2. Hasil Uji Realibilitas	62
4.1.4.3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	63
4.1.4.4. Hasil Uji Hipotesis	66
4.2. Pembahasan.....	72
Bab V SIMPULAN DAN SARAN	76
5.1. Simpulan	76
5.2. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	54
Tabel 4.2. Karakteristik Usia Responden.....	54
Tabel 4.3. Karakteristik Program Studi Responden	55
Tabel 4.4. Uang Saku/Penghasilan Perbulan.....	55
Tabel 4.5. Interval Kelas	57
Tabel 4.6. Jawaban Responden Tentang Variabel Kepercayaan (X1)	57
Tabel 4.7. Jawaban Responden Tentang Variabel Kemudahan (X2).....	58
Tabel 4.8. Jawaban Responden Tentang Variabel Kualitas Informasi (X3).....	59
Tabel 4.9. Jawaban Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian (Y)...	59
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X1).....	61
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan (X2).....	61
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Informasi (X3).....	61
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	62
Tabel 4.14. Hasil Uji Realibilitas	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Analisis.....	37
Gambar 3.1. Kurva Distribusi Uji F	46
Gambar 3.2. Kurva Distribusi Uji T	48
Gambar 4.1. Kurva Hasil Uji F	68
Gambar 4.2. Kurva Hasil Uji T (Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian)	69
Gambar 4.3. Kurva Hasil Uji T (Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian)	70
Gambar 4.4. Kurva Hasil Uji T (Pengaruh Peluang Usaha Terhadap Minat Berwirausaha)	71

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Input SPSS
- Lampiran 3 : Output SPSS
- Lampiran 4 : Tabel Hasil Uji F Dan Uji T

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara *online* pada situs bukalapak.com.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang pernah berbelanja secara online di bukalapak.com. Jumlah sampel sebanyak 40 responden, teknik analisis untuk menguji hipotesis menggunakan regresi linier berganda sebelum dilakukan uji hipotesis dilakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas.

Dari hasil penelitian uji validitas semua variabel dinyatakan valid, karena signifikansinya $< 0,05$ dan pada uji reliabilitas semua variabel dinyatakan *reliabel* karena *cronbach alpha* $> 0,6$. Dari hasil uji *f* dalam regresi linear berganda diketahui bahwa seluruh variabel bebas (kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansinya sebesar $0,044 < 0,05$.

Dari hasil uji *t* diperoleh hasil bahwa kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-1,148 < 2,028$ dan tingkat signifikansi kepercayaan sebesar $0,258 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dan kemudahan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-0,055 < 2,028$ dan tingkat signifikansi kemudahan sebesar $0,956 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan untuk kualitas informasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,034 > 2,028$ dan tingkat signifikansi kualitas informasi sebesar $0,049 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata kunci: Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aimed to know how big influences of credibility, easiness, and quality of information about buying decision through online store on bukalapak.com .

Data sampling in this research used purposive sampling technique within some criteria, such as: student at Faculty of Economy in University of Wijaya Kusuma Surabaya, whom they had ever bought an item through bukalapak.com online store. Total number of sample was 40 respondents, and an analysis technique which tested some hypotheses was multiple linear regression. And before we did hypotheses test, it was also done data quality testing, which were: validity and reliability test.

Based on this result test, validity test result of all variables was valid, because the significance value was < 0.05 . About reliability test result, the variables were reliable, because score of cronbach alpha was > 0.6 . Based on f-test result on multiple linear regression was known that all independent variables (credibility, easiness and quality of information) had influenced significant and simultaneously buying decision within significance score at $0.044 < 0.05$.

Based on t-test result, it gained outcomes, which were: credibility partially had not influenced significant of buying decision, because score of $t_{count} < t_{table}$ was $-1.148 < 2.028$ and score of significance level of credibility was $0.258 > 0.05$, so that H_0 was accepted and H_a was rejected. And about easiness, it partially had not influenced significant of buying decision, because score of $t_{count} < t_{table}$ was $-0.055 < 2.028$ and score of significance level of easiness was $0.956 > 0.05$, so that H_0 was accepted and H_a was rejected. Meanwhile, quality of information partially had influenced significant of buying decision, because score of $t_{count} > t_{table}$ was $2.034 > 2.028$ and the score about significance level of quality of information was $0.049 < 0.05$, so that H_0 was rejected and H_a was accepted.

Keywords: *Credibility, Easiness, Quality of Information, Buying Decision*