

**ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN,
KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE*
(Studi pada Shopee Online Shop)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program sarjana (S1)
pada program sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Disusun oleh.

**NASIKHA AYU WARDANI
NIM. 161110002015**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA
JEPARA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
*ONLINE***

(Studi pada Shopee Online Shop)

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan
dihadapan tim penguji skripsi program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Nama : Nasikha Ayu Wardani
NIM : 161110002015
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh Pembimbing

Pembimbing



(H.Nurul Komaryatin, S.E., M.Si)

NIY. 1 701015 97 013

Tgl. 19 / 1 - 2021

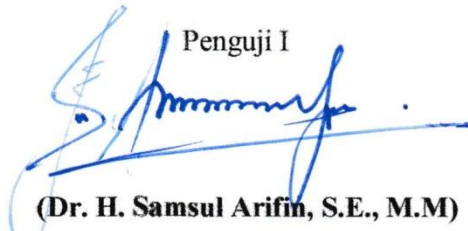
HALAMAN PENGESAHAN


**ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE**

(Studi pada Shopee Online Shop)

Nama : Nasikha Ayu Wardani
NIM : 161110002015
Program Studi : Manajemen


Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan tim penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara
Pada hari Jumat, tanggal 26 Februari 2021

Penguji I

(Dr. H. Samsul Arifin, S.E., M.M)
NIY. 1 74019 99 134

Penguji II

(H. Noor Arifin, S.E., M.Si.)
NIY. 1 680817 08 055

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama (Unisnu) Jepara


H. Much Imron, S.E., M.M.
NIY. 1 650802 97 011

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari program S1 Jurusan manajemen seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S1) dari Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara maupun dari perguruan tinggi lain.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi yang saya kutip dari orang lain telah di tulis sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul : **ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE***
(Studi pada Shopee Online Shop)
2. Saya mengakui bahwa hasil karya akhir ini, dapat diselesaikan berkat bimbingan dan dukungan pembimbing saya yaitu : H. Nurul Komaryatin, S.E., M.Si

Apabila dikemudian hari seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu saya bersedia menerima pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan saksi-saksilain sesuai dengan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jepara, 19 Januari 2021



Nasikha Ayu Wardani

NIM: 161110002015

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karya sederhana ini, penulis mempersembahkan:

- ❖ Allah SWT, yang telah melimpahkan hidayah, kehidupan, kekuatan dan kesempatan untuk terus belajar dan berusaha.
- ❖ Rasulluah Muhammad SAW yang memberi syafaat, menjadi panutan dan pedoman hidup bagi seluruh umat.
- ❖ Kedua orang tua saya, Bapak Rosikin dan Ibu Siti Rukanayang senantiasa tanpa lelah memberi Ksiah sayang serta mendo'akan dan memberi nasehat.
- ❖ Adik Laki-Laki saya Fathun Nafis yang telah mendukung dan memberikan semangat.
- ❖ Yang terkasih Jalil Al Husien Ibnuhar yang membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
- ❖ Segenap keluarga saya, Ibu Siti, Mbak Rosida yang salah memberikan doa dan dukungan dalam kegiatan yang saya lakukan ini.

ABSTRAK

- Judul : ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* (Studi pada Shopee Online Shop)
- Penulis : Nasikha Ayu Wardani
- NIM : 161110002015
- Prodi : Program Studi Manajemen
- Pembimbing I : H.Nurul Komaryatin, S.E., M.Si
- Penguji I : Dr.H.Samsul Arifin, S.E., M.M
- Penguji II : H.Noor Arifin, S.E., M.Si
- Tanggal Ujian : 26 Februari 2021

Perkembangan teknologi di era modern berkembang begitu pesat dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Hal ini sudah sangat dirasakan dalam berbagai bidang mulai dari bidang transportasi, komunikasi, elektronik bahkan dunia maya, Internet, salah satu alat kebutuhan informasi yang menawarkan kemudahan dalam mencari berbagai informasi. Hal ini dapat menyebabkan pengguna internet semakin hari semakin meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas informasi terhadap Keputusan pembelian online pada Shopee. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Analisis data dilakukan secara kuantitatif menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online. Variabel kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian online sebesar 70,9%.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas informasi dan Keputusan pembelian online.

ABSTRACT

The development of technology in the modern era is so fast compared to previous years. This has been greatly felt in various fields ranging from transportation, communication, electronics, and even cyberspace, the Internet, one of the tools for information needs that offers the search for various information. This causes internet users to increase day by day. This study aims to see the effect of trust and quality of information on online purchasing decisions at Shopee. Technique using data using questionnaire, sampling technique using purposive sampling with a sample size of 96 respondents. Data analysis was carried out quantitatively using the SPSS program.

The results showed that trust, ease and quality of information had a positive and significant effect on online purchasing decisions. The variables of trust, convenience, and quality of information simultaneously or together had an effect on online purchasing decisions by 70,9%.

Keywords: Trust, Convenience, Quality of information and online purchasing decisions.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* (Studi pada Shopee Online Shop).** Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Tak lupa kepada para sahabat dan keluarga beliau yang dirahmati-Nya. Semoga kita semua termasuk orang-orang yang mendapatkan hidayah dan syafaatnya di akhirat nanti. Amin.

Penelitian skripsi ini dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar S1 Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara Program Studi Manajemen. Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapat banyak bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. H.Sa’dullah Assaidi, M.Ag. (Rektor UNISNU Jepara) yang telah memberikan segala kebijakan dalam menjalankan institusi.
2. Bapak H. Much. Imron, SE., MM. (selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara) atas semua bantuan serta kebijakannya.
3. Bapak A. Khoirul Anam, S.E., M.Si. (Kaprodi Manajemen) yang telah banyak memberikan nasehat, motivasi dan arahan bagi penulis selama menjadi mahasiswa.
4. Alm Ibu Bening Kristyassari, S.E., M.M.selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan serta arahan selama penyusunan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

5. Ibu H. Nurul Komaryatin, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan serta arahan selama penyusunan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Kepada yang terhormat Ayahanda Rosikin dan Ibunda Siti Rukanah tercinta, terima kasih yang mendalam atas perjuangannya yang gigih membesarkan, mendidik, menyayangi serta mendo'akan ananda dengan tulus.
7. Yang terkasih Jalil Al Huasain Ibnu Har yang selalu menyemangati dan menguatkan disaat penulis merasakan jenuh dan putus asa.
8. Sahabat-Sahabat Penulis, Tari Mega Astuti, Rita Sulistya, yang tidak lelah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
9. Terima kasih untuk teman-teman saya mahasiswa mahasiswi Unisnu angkatan 2016 semuanya. Rasanya sulit untuk membalas segala kebaikan kalian.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Masih banyak hal-hal yang perlu diperbaiki karena hanya sebatas inilah yang dapat penulis sampaikan, maka dengan segala bentuk kritik dan saran penulis harapkan.

Demikian kata pengantar ini dibuat, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat serta tambahan wawasan bagi pelulis sendiri khususnya dan rekan-rekan pembaca pada umumnya. Amin.

Wassalamualaikum wr wb.

Jepara, 19 Januari 2021

Penulis



Nasikha Ayu Wardani

NIM. 161110002015

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	11
1.3. Rumusan Masalah	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	12

1.5.	Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA		14
2.1.	Landasan Teori	14
2.1.1.	Keputusan Pembelian.....	14
2.1.2.	Kepercayaan.....	21
2.1.3.	Kemudahan	25
2.1.4.	Kualitas Informasi.....	27
2.2.	Penelitian Terdahulu	28
2.3.	Kerangka Penelitian Teoritis.....	30
2.4.	Perumusan Hipotesis	31
2.4.1.	Hubungan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online	31
2.4.2.	Hubungan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Online	32
2.4.3.	Hubungan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Online	
	33	
2.4.4.	Hubungan Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Online.....	34
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1.	Jenis Penelitian.....	36
3.2.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	36

3.2.1.	Variabel Penelitian.....	36
3.2.2.	Definisi Operasional Variabel.....	37
3.3.	Data dan Sumber Data.....	38
3.3.1.	Data Primer	38
3.3.2.	Data Sekunder	38
3.4.	Populasi, Jumlah Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.4.1.	Populasi.....	38
3.4.2.	Sampel.....	39
3.4.3.	Teknik Pengambilan Sampel	40
3.5.	Metode Pengumpulan Data	40
3.6.	Metode Pengolahan Data	41
3.6.1.	Editing.....	41
3.6.2.	Scoring	41
3.6.3.	Coding.....	42
3.6.4.	Tabulating	42
3.7.	Metode Analisis Data	42
3.7.1.	Analisis Deskriptif	42
3.7.2.	Uji Validitas dan Reliabilitas	42

3.7.3.	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.7.4.	Uji Regresi Linier Berganda	46
3.7.5.	Uji Koefisien Determinasi	46
3.7.6.	Uji Hipotesis	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		49
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.2.	Deskripsi Responden.....	50
4.2.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	51
4.2.3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
4.2.4.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	53
4.2.5.	Deskripsi Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian	54
4.3.	Deskripsi Variabel.....	54
4.3.1.	Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	55
4.3.2.	Deskripsi Variabel Kemudahan	56
4.3.3.	Deskripsi Variabel Kualitas informasi.....	56
4.3.4.	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian Online.....	57
4.4.	Uji Analisis Data	58

4.4.1.	Uji Validitas	59
4.4.2.	Uji Reliabilitas	60
4.4.3.	Uji Asumsi Klasik.....	60
4.4.4.	Analisis Regresi Linier Berganda	67
4.4.5.	Uji Hipotesis	69
4.4.6.	Uji Koefisien Determinasi	74
4.5.	Pembahasan.....	75
4.5.1	Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online	75
4.5.2	Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan pembelian online.....	77
4.5.3	Pengaruh Kualitas informasi terhadap Keputusan pembelian online .	79
4.5.4	Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas informasi terhadap Keputusan pembelian online.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		83
5.1.	Kesimpulan.....	83
5.2.	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA		87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penilaian Responden dan Karakteristik Penyedia Layanan E-commerce ..5	5
Tabel 1.2 Contoh reputasi yang diberikan platform E-commerce8	8
Tabel 1.3 Riset Gap Penelitian.....10	10
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....29	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....37	37
Tabel 3.2 Skala Likert.....40	40
Tabel 4.1 Distribusi Kuesioner Penelitian50	50
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....51	51
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia52	52
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....52	52
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan53	53
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian54	54
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Kepercayaan.....55	55
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Kemudahan56	56
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Kualitas informasi.....57	57
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian Online.....58	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas59	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....60	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov Smirnov</i>61	61

Tabel 4.14 Uji Glejser.....	65
Tabel 4.15 Uji Multikoliniertitas	66
Tabel 4.16 Uji Autokorelasi <i>Durbin Watson</i>	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	68
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	70
Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	73
Tabel 4.20 Uji Koefisien Determinasi	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara dengan pertumbuhan E-Commerce tercepat.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	31
Gambar 3.1 Kurva Uji f	47
Gambar 3.2 Kurva Uji t	48
Gambar 4.1 Histogrem.....	62
Gambar 4.2 <i>Normal P-P Plot Regression Standardized Residual</i>	63
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	64
Gambar 4.4 Kurva Uji t Variabel Kepercayaan (X1)	71
Gambar 4.5 Kurva Uji t Variabel Kemudahan (X2)	72
Gambar 4.6 Kurva Uji t Variabel Kualitas Informasi (X3)	72
Gambar 4.7 Kurva Uji F	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	91
Lampiran 2 : Data Kuesioner	96
Lampiran 3 : Deskripsi Responden.....	107
Lampiran 4 : Data Karakteristik Responden.....	110
Lampiran 5 : Deskripsi Variabel.....	115
Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	119
Lampiran 7 : Output SPSS	123
Lampiran 8 : r Tabel	127
Lampiran 9 : F Tabel.....	128
Lampiran 10 : t Tabel.....	129