

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap niat belanja *online* di Shopee. Jenis penelitian ini yaitu penelitian *causal explanatory*. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 240 responden yang pernah berbelanja di Shopee. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada responden menggunakan *Google Form* dan pengolahan data menggunakan program SPSS 23. Metode analisis data menggunakan regresi linear sederhana dan hasil dari analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kepercayaan terhadap niat belanja *online* di Shopee yaitu sebesar 24,4% sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

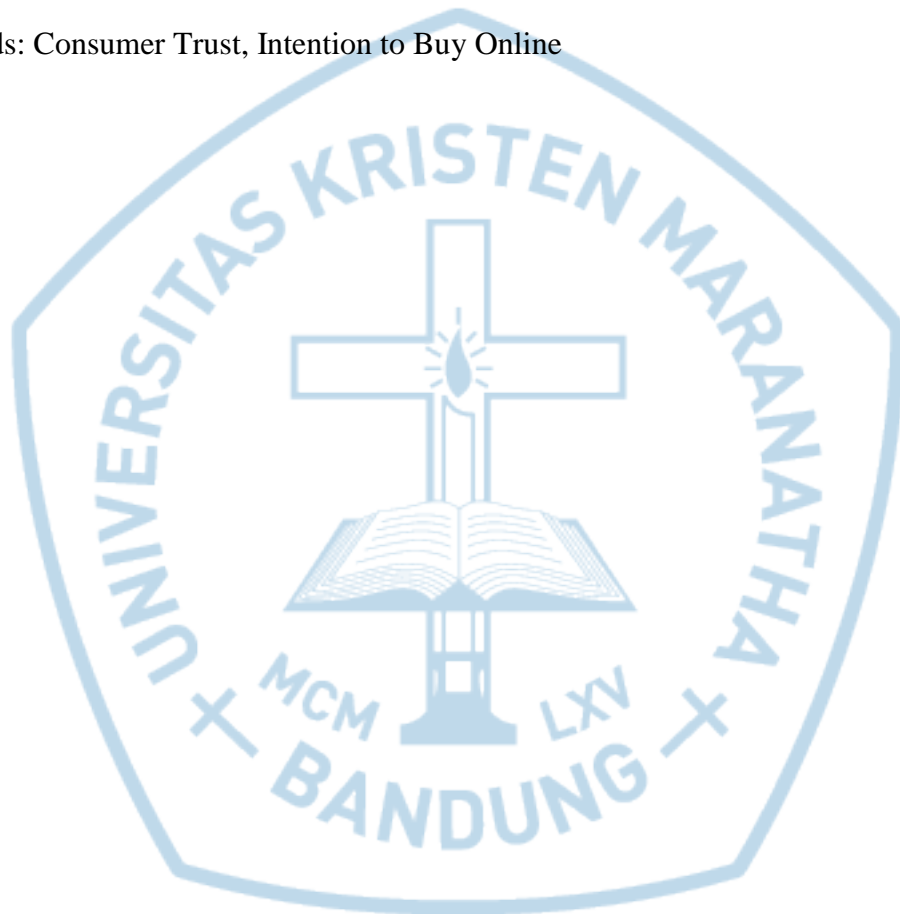
Kata-kata kunci: Kepercayaan Konsumen, Niat Beli *Online*



ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of trust in the intention of shopping online at Shopee. This type of research is causal explanatory research. The sampling technique uses non probability sampling techniques with purposive sampling method. This study took a sample of 240 respondents who had shopped at Shopee. Data collection is done by distributing questionnaires to respondents using Google Form and processing data using SPSS 23. The method of data analysis uses simple linear regression and the results of data analysis show that there is an influence of trust in the intention of shopping online at Shopee which is 24.4% while the rest influenced by other factors not examined in this study.

Key words: Consumer Trust, Intention to Buy Online



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
SURAT PERNYATAAN TUGAS AKHIR TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Perilaku Konsumen	11
2.1.3 Kepercayaan Konsumen	12
2.1.4 Niat Beli Konsumen.....	16
2.2 Riset Empiris.....	20

2.3	Rerangka Teori.....	24
2.4	Rerangka Pemikiran.....	25
2.5	Pengembangan Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN		28
3.1	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	28
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	29
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5	Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		36
4.1	Hasil Penelitian.....	36
4.1.1	Karakteristik Responden.....	36
4.1.2	Tanggapan Responden	39
4.1.3	Hasil Uji Validitas Kepercayaan.....	55
4.1.4	Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan	57
4.1.5	Hasil Uji Validitas Niat Beli	58
4.1.6	Hasil Uji Reliabilitas Niat Beli	59
4.1.7	Uji Regresi Linear Sederhana	59
4.1.8	Uji Hipotesis	60
4.2	Pembahasan.....	60
4.3	Perbandingan dengan Hasil Empiris	63
BAB V PENUTUP		64
5.1	Kesimpulan	64
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	65
5.3	Implikasi Penelitian.....	66
5.4	Saran	67

DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>).....	104



DAFTAR GAMBAR

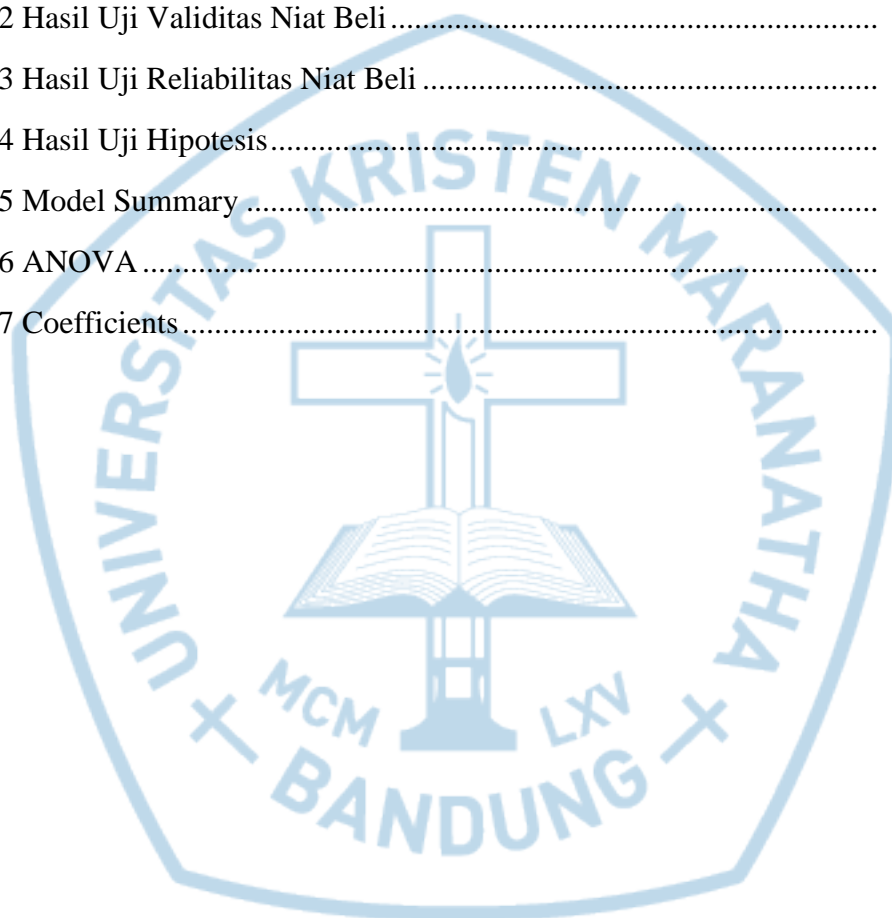
	Halaman
Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Pola Perilaku Belanja Bergeser ke <i>Online</i>	3



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.2 Skala Likert.....	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	37
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	37
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	38
Tabel 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	39
Tabel 4.6 Karakteristik Responden berdasarkan Pengalaman pernah Belanja di Shopee.....	39
Tabel 4.7 Frekuensi Pernyataan SK1	40
Tabel 4.8 Frekuensi Pernyataan SK2.....	41
Tabel 4.9 Frekuensi Pernyataan SK3.....	41
Tabel 4.10 Frekuensi Pernyataan SK4.....	42
Tabel 4.11 Frekuensi Pernyataan SK5.....	43
Tabel 4.12 Frekuensi Pernyataan SK6.....	44
Tabel 4.13 Frekuensi Pernyataan SK7.....	44
Tabel 4.14 Frekuensi Pernyataan SK8.....	45
Tabel 4.15 Frekuensi Pernyataan SK9.....	46
Tabel 4.16 Frekuensi Pernyataan SK10.....	47
Tabel 4.17 Frekuensi Pernyataan SK11.....	48
Tabel 4.18 Frekuensi Pernyataan RW1.....	48
Tabel 4.19 Frekuensi Pernyataan RW.....	49
Tabel 4.20 Frekuensi Pernyataan RW.....	50
Tabel 4.21 Frekuensi Pernyataan PKO1	51
Tabel 4.22 Frekuensi Pernyataan PKO2	51
Tabel 4.23 Frekuensi Pernyataan PKO3	52
Tabel 4.24 Frekuensi Pernyataan TDW1	53

Tabel 4.25 Frekuensi Pernyataan TDW2.....	54
Tabel 4.26 Frekuensi Pernyataan TDW3.....	54
Tabel 4.27 Frekuensi Pernyataan NB1	55
Tabel 4.28 Frekuensi Pernyataan NB2	55
Tabel 4.29 Frekuensi Pernyataan NB3	56
Tabel 4.30 Hasil Uji Validitas Kepercayaan.....	57
Tabel 4.31 Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan.....	58
Tabel 4.32 Hasil Uji Validitas Niat Beli	60
Tabel 4.33 Hasil Uji Reliabilitas Niat Beli	62
Tabel 4.34 Hasil Uji Hipotesis.....	62
Tabel 4.35 Model Summary	63
Tabel 4.36 ANOVA	63
Tabel 4.37 Coefficients.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN A	Kuesioner Penelitian 77
LAMPIRAN B	Karakteristik Responden 82
LAMPIRAN C	Hasil Tanggapan Responden 84
LAMPIRAN D	Hasil Uji Validitas 92
LAMPIRAN E	Hasil Uji Reliabilitas 93
LAMPIRAN F	Hasil Uji Hipotesis 95
LAMPIRAN G	Tabulasi Data 96

