

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS E-COMMERCE, DAN  
PENGALAMAN BERBELANJA TERHADAP MINAT BELI ULANG  
KONSUMEN MELALUI SITUS BELANJA ONLINE TOKOPEDIA  
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (FEB) Angkatan  
2019 Universitas Muhammadiyah Metro )**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana Manajemen**



**Oleh:**

**NABILA CITRA PERTIWI**

**NPM: 18610056**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

**2022**



**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS E-COMMERCE, DAN  
PENGALAMAN BERBELANJA TERHADAP MINAT BELI ULANG  
KONSUMEN MELALUI SITUS BELANJA ONLINE TOKOPEDIA  
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (FEB) Angkatan  
2019 Universitas Muhammadiyah Metro )**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana Manajemen

Oleh:

Nabila Citra Pertiwi

NPM: 18610056

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

**2022**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS E-COMMERCE DAN  
PENGALAMAN BERBELANJA TERHADAP MINAT BELI ULANG  
KONSUMEN PADA SITUS ONLINE TOKOPEDIA**

**(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (FEB) Angkatan  
2019 Universitas Muhammadiyah Metro )**

**Nabila Citra Pertiwi<sup>1</sup>, Ardiansyah Japlani<sup>2</sup>, Nani Septiana<sup>3</sup>**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Email: [nabillapertiwi99@gmail.com](mailto:nabillapertiwi99@gmail.com)

**ABSTRAK**

Perkembangan dunia yang semakin modern selalu diikuti dengan kecanggihan teknologi informasi berbasis internet yang mampu digunakan untuk mengolah data termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, dan menyimpan data dari berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas dengan hasil informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu. Dalam perdagangan salah satunya yaitu *marketplace*. Salah satu *marketplace* yang terkenal dan selalu rating terbaik adalah Tokopedia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kualitas e-commerce dan pengalaman berbelanja, terhadap minat beli ulang pada situs online Tokopedia. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa Feb Angkatan 19 Universitas Muhammadiyah Metro. Desain penelitian adalah penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan survei. Populasi dan sampel penelitian adalah mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah metro angkatan 2019 dengan jumlah sampel 69 mahasiswa. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah menggunakan analisa kualitas dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, kualitas e-commerce, dan pengalaman berbelanja secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada mahasiswa prodi manajemen pengguna situs Tokopedia di Universitas Muhammadiyah Metro.

**Kata Kunci:** Kepercayaan; Kualitas E-Commerce; Pengalaman Berbelanja; Minat Beli Ulang.

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS E-COMMERCE DAN  
PENGALAMAN BERBELANJA TERHADAP MINAT BELI ULANG  
KONSUMEN PADA SITUS ONLINE TOKOPEDIA**

**((Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (FEB) Angkatan  
2019 Universitas Muhammadiyah Metro )**

**Nabila Citra Pertiwi<sup>1</sup>, Ardiansyah Japlani<sup>2</sup>, Nani Septiana<sup>3</sup>**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Email: [nabillapertiwi99@gmail.com](mailto:nabillapertiwi99@gmail.com)

**ABSTRACT**

*The development of an increasingly modern world is always followed by the sophistication of internet-based information technology that can be used to process data including processing, obtaining, compiling, and storing data from various ways to produce quality information with relevant, accurate, and timely information. In trading, one of them is the marketplace. One of the well-known marketplaces and always the best rating is Tokopedia. This study aims to determine the effect of trust, e-commerce quality and shopping experience, on repurchase interest on the Tokopedia online site. The sample of this research is the students of Feb 19 Universitas Muhammadiyah Metro. The research design is quantitative research. The method used in this research is a survey approach. The population and sample of the study were students of the management study program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Metro, class of 2019 with a total sample of 69 students. Data collection techniques using a questionnaire. The analytical tool used is quality analysis and multiple regression analysis. The results show that trust, e-commerce quality, and shopping experience partially or simultaneously have a positive and significant effect on repurchase interest in management study program students using the Tokopedia site at Muhammadiyah Metro University.*

**Keywords:** *Trust; E-Commerce Quality; Shopping Experience; Repurchase Interest.*

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS E-COMMERCE, DAN  
PENGALAMAN BERBELANJA TERHADAP MINAT BELI ULANG  
KONSUMEN MELALUI SITUS BELANJA ONLINE TOKOPEDIA**

**(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (FEB) Angkatan  
2019 Universitas Muhammadiyah Metro )**

**Nabila Citra Pertiwi**

**18610056**

**Telah Diperiksa dan Disetujui Oleh :**

**Metro,**

**Dosen Pembimbing I**



**Ardiansyah Japlani, S.E,MBA.**

**NIDN. 02310187021**

**Dosen Pembimbing II**



**Nani Septiana, S.E., M.M.**

**NIDN. 0220098901**

**Mengetahui :**

**Ketua Program Studi Manajemen**



**Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.**

**NIDN. 0223027901**

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

SKRIPSI

PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS E-COMMERCE, DAN  
PENGALAMAN BERBELANJA TERHADAP MINAT BELI ULANG  
KONSUMEN MELALUI SITUS BELANJA ONLINE TOKOPEDIA

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (FEB) Angkatan  
2019 Universitas Muhammadiyah Metro )

Nabila Citra Pertiwi

NPM. 18610056

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 06 September 2022

Tempat Ujian : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ardiansyah Japlani, S.E,MBA.

Ketua Penqui

NIDN. 02310187021

Nani Septiana, S.E., M.M

Sekretaris

NIDN.0220098901

Ratmono, S.E.M.M.

Penguji Utama

NIDN. 0220076001

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi

H.Suwarto, S.E., M.M.

NIDN. 0210036801



## **MOTTO**

“ Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”

**(Umar bin Khattab)**

“Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkanlah jejak.”

**(Ralph Waldo Emerson)**

“ Jangan ragu untuk melangkah, jangan takut sebelum kamu mencoba dan jangan menyerah sebelum kamu menggapainya”

**(Nabila Citra Pertiwi)**



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan, Kualitas E-Commerce Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Situs Belanja Online Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (FEB) Angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro )”**, dan di ajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada jurusan Manajemen, fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro. Saya mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung atas selesainya skripsi ini, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kepada kedua orangtua saya terutama ibu saya yang tercinta terimakasih telah memperjuangkan dan membesarkan saya dengan usaha dan jerih payah yang berkorban dan berjuang mencari nafkah setelah kepergian ayah sampai ke jenjang perguruan tinggi. Terimakasih atas doa dan dukungan semangat yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dan kepada almarhum ayah walaupun engkau tidak melihat saya tumbuh dewasa tapi saya berterimakasih telah hadir dihidupku dan sudah memberi kasih sayang yang tulus selama hidupmu.
2. Kepada nenek dan kakakku tercinta terimakasih telah membantu, mendoakan, dan menyemangatiku sampai saat ini.
3. Kepada adik-adik sepupuku dan keluarga ku yang telah menyemangatiku dan memberi semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Dan kepada sahabat dan teman-teman terimakasih sudah menyemangati dan mendoakan saya dan selalu ada di saat susah maupun senang.
5. Dan kepada teman-teman Almamater prodi manajemen angkatan 18 terimakasih kalian sudah berjuang bersama dan saling menyemangati untuk kita bersama-sama lulus di kampus tercinta kita UM Metro

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahiim...*

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul **"Pengaruh Kepercayaan, Kualitas E-Commerce dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Melalui Situs Belanja Online Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (FEB) Angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro )"**

Shalawat serta salam disampaikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, semoga mendapatkan syafa'at-Nya di hari akhir nanti.

Dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan kerja sama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd. Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Ardiansyah Japlani, S.E, MBA. Selaku Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama menyusun proposal ini.
5. Nani Septiana, S.E, M.M. Selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama menyusun proposal ini.
6. Seluruh rekan-rekan Manajemen angkatan 2018 yang telah berjuang bersama selama kuliah.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Dengan demikian, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun dan memperbaiki dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Metro, Agustus 2022



Nabila Citra .P.

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Nabila Citra Pertiwi

Npm : 18610056

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **“Pengaruh Kepercayaan, Kualitas E-Commerce dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Melalui Situs Belanja Online Tokopedia Pada Mahasiswa FEB UM Metro Angkatan 2019”** benar hasil karya saya bukan plagiat. Apabila dikemudian hari terdapat unsur berupa plagiat dalam skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik sarjana manajemen dan akan mempertanggung jawabkan secara hukum. Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, 13 September 2022  
Yang membuat pernyataan



**Nabila Citra Pertiwi**  
NPM. 18610056



**UNIT PUBLIKASI ILMIAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
METRO**



## **SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)**

Nomor: 3132/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

**Nama** : NABILA CITRA PERTIWI  
**NPM** : 18610056  
**Jenis Dokumen** : SKRIPSI

**Judul:**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS E-COMMERCE, DAN PENGALAMAN BERBELANJA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN MELALUI SITUS BELANJA ONLINE TOKOPEDIA (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (FEB) Angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro )**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase  $\leq 20\%$ . Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 13 September 2022

Kepala Unit,

**Dr. Arif Rahman Aththibby, M.Pd.Si.  
NIDN. 0203128801**

**Alamat:**

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116  
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,  
Lampung, Indonesia

**Website:** [www.upi.ummetro.ac.id](http://www.upi.ummetro.ac.id)

**E-mail:** [upi@ummetro.ac.id](mailto:upi@ummetro.ac.id)

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN LOGO .....	ii
HALAMAN JUDUL .....	iii
ABSTRAK .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN .....	vi
HALAMAN PENGESAHAN .....	vii
HALAMAN MOTTO .....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	xi
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah Dan Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kegunaan Penelitian .....	7
E. Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR</b>	
A. Kajian Literatur .....	9
1. Manajemen Pemasaran.....	9
2. Kepercayaan .....	10
3. Kualitas E-commerce.....	13
4. Pengalaman Berbelanja.....	18
5. Minat Beli Ulang .....	20
B. Penelitian Relevan .....	23



C. Kerangka Pemikiran.....	26
D. Hipotesis Penelitian.....	28

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Desain Penelitian .....	29
B. Tahap Penelitian .....	29
C. Definisi Operasional Variabel .....	31
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Instrumen Penelitian .....	35
F. Teknik Analisis Data .....	36

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum.....	42
1. Sejarah Singkat Tokopedia.Com.....	42
2. Visi dan Misi Tokopedia.Com .....	43
3. Struktur Organisasi .....	44
4. Deskripsi Pekerjaan ( <i>Job Desk</i> ) .....	45
B. Hasil penelitian .....	47
1. Deskripsi data .....	47
2. Pengujian persyaratan instrumen .....	55
3. Pengujian persyaratan analisis .....	58
4. Pengujian hipotesis .....	63
C. Pembahasan .....	68

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	70
B. Saran .....	71

### **DAFTAR LITERATUR**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Hasil Penelitian Relevan .....	23
Tabel 2.	Nilai dan Jawaban Kuesioner .....	34
Tabel 3.	Operasionalisasi variabel dan kisi-kisi instrument.....	35
Tabel 4.	Interval Kepercayaan (X1) .....	48
Tabel 5.	Interval Kualitas E-commerce (X2) .....	50
Tabel 6.	Interval Pengalaman Berbelanja (X3).....	52
Tabel 7.	Interval Minat Beli Ulang (Y) .....	54
Tabel 8.	Uji Validitas Kepercayaan X1.....	55
Tabel 9.	Uji Validitas Kualitas Ecommerce X2.....	56
Tabel 10.	Uji Validitas Pengalaman Berbelanja X3 .....	56
Tabel 11.	Uji Validitas Minat Beli Ulang Y.....	57
Tabel 12.	Uji Reliabilitas .....	57
Tabel 13.	Uji Normalitas .....	58
Tabel 14.	Uji Linieritas Y atas X1 .....	60
Tabel 15.	Uji Linieritas Y atas X2 .....	61
Tabel 16.	Uji Linieritas Y atas X3 .....	61
Tabel 17.	Uji Homogenitas Y Atas X1 .....	62
Tabel 18.	Uji Homogenitas Y Atas X2.....	63
Tabel 19.	Uji Homogenitas Y Atas X3.....	63
Tabel 20.	Uji Analisis Regresi Berganda .....	63
Tabel 21.	Uji T .....	65
Tabel 22.	Uji F .....	66
Tabel 23.	Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	66
Tabel 24.	Hasil Pengujian Pengaruh Kepercayaan (X1) Terhadap Minat Beli Ulang (Y) .....	67
Tabel 25.	Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas E-commerce (X2) Terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	67
Tabel 26.	Hasil Pengujian Pengaruh pengalaman berbelanja (X3) Terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pertumbuhan Penggunaan Internet di Indonesia Tahun 2022 .....	1
Gambar 2. E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia Tahun 2021 (Kuartal III).....	3
Gambar 3. Kerangka Pemikiran .....	28
Gambar 4. Struktur organisasi .....	44
Gambar 5. Diagram Kepercayaan (X1) .....	48
Gambar 6. Diagram Kualitas E-Commerce (X2) .....	50
Gambar 7. Diagram Pengalaman Berbelanja (X3) .....	52
Gambar 8. Diagram Minat Beli Ulang (Y) .....	54
Gambar 9. Diagram P Plot Kepercayaan (X1) .....	58
Gambar 10. Diagram P Plot Kualitas E-Commerce (X2) .....	59
Gambar 11. Diagram P Plot Pengalaman Berbelanja (X3).....	59
Gambar 12. Diagram P Plot Minat Beli Ulang (Y) .....	60



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lampiran Kuesioner.....	75
Lampiran 2. Data Kuesioner .....	84
Lampiran 3. Dokumentasi Pengisian Kuesioner .....	92
Lampiran 4. Uji Validitas .....	95
Lampiran 5. Uji Reliabilitas .....	98
Lampiran 6. Uji Normalitas.....	99
Lampiran 7. Uji Linieritas .....	99
Lampiran 8. Uji Homogenitas .....	100
Lampiran 9. Analisis Linier Berganda.....	101
Lampiran 10. Uji T.....	101
Lampiran 11. Uji F.....	102
Lampiran 12. Determinasi $R^2$ .....	102
Lampiran 13. Hipotesis Statistik .....	102
Lampiran 14. $R_{tabel}$ .....	103
Lampiran 14. $T_{tabel}$ .....	105
Lampiran 15. $F_{tabel}$ .....	107
Daftar Riwayat Hidup .....	108