

**ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, PERSEPSI MANFAAT
DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BELI
PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Studi Kasus Pada Online Shop “RP” Shop Kota Metro)**

SKRIPSI



**OLEH :
LILIS ASMARA
19610072**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2023**



**ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, PERSEPSI MANFAAT
DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BELI
PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Studi Kasus Pada Online Shop “RP” Shop Kota Metro)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana (S1) Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Metro

**OLEH :
LILIS ASMARA
19610072**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2023**

ABSTRAK

Lilis Asmara. 2023. "Analisis Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Pada Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Online Shop "Rp" Shop Kota Metro). Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Dr. Bambang Suhada, M.Si. Pembimbing (II) Fitriani, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Kepercayaan Konsumen, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Minat Beli. Digunakan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini, yaitu pendekatan yang datanya berbentuk angka atau kualitatif yang diangka-angkakan. Populasi dalam penelitian ini adalah followers aktif instagram Rpshop Kota Metro. Pengambilan jumlah sampel penelitian minimal yaitu dengan mengalikan indikator dengan angka 5 sampai dengan 10, maka indikator dalam variabel yang ada adalah sebanyak 16 dikalikan dengan angka 5, yaitu sebanyak 80 responden. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah menggunakan wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, uji homogenitas dan Analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25.0. Kepercayaan Konsumen, Persepsi manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Pada Rp Shop Kota Metro

Kata Kunci : Kepercayaan Konsumen, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Minat Beli

ABSTRACT

Lilis Asmara. 2023. "Analysis of the Influence of Consumer Trust, Perceived Benefits and Perceived Ease of Use on Purchase Interest on Instagram Social Media (Case Study of the Online Shop "Rp" Shop in Metro City). Thesis for the Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah Metro University. Supervisor (I) Dr. Bambang Suhada, M.Si. Supervisor (II) Fitriani, S.E., M.M.

This research aims to find out whether Consumer Trust, Perception of Benefits and Perception of Ease of Use influence Purchase Intention. A quantitative approach was used in this research, namely an approach where the data is in the form of numbers or qualitative figures. The population in this study were active Instagram followers of Rpsshop Metro City. Taking the minimum number of research samples is by multiplying the indicators by the numbers 5 to 10, then the indicators in the existing variables are 16 multiplied by the number 5, which is 80 respondents. The data collection technique used was using interviews, documentation and questionnaires. Data analysis used includes validity test, reliability test, normality test, linearity test, homogeneity test and multiple linear regression analysis with the help of the SPSS version 25.0 application. Consumer Trust, Perception of Benefits and Perception of Ease of Use have a positive and significant influence on Purchase Interest at Rp Shop Kota Metro

Keywords: Consumer Trust, Perceived Benefits, Perceived Ease of Use, and Purchase Intention

RINGKASAN

Di tengah perkembangan media sosial seperti ini, masyarakat juga sudah menyadari tentang pentingnya akses informasi bagi kehidupan mereka. Dengan berkembangnya teknologi komunikasi, kehidupan sehari-hari masyarakat juga menjadi lebih efisien. Hal tersebut dikarenakan media sosial yang merupakan sumber utama informasi dapat dipergunakan dimana pun dan kapan pun dalam waktu singkat. Untuk mengetahui minat beli pada Rp Shop Kota Metro dianalisis dengan analisis regresi linier berganda menggunakan metode sampling dengan menyebarkan kuesioner sebagai teknik pengambilan sampel. Pengambilan jumlah sampel penelitian minimal yaitu dengan mengalikan indikator dengan angka 5 sampai dengan 10, maka indikator dalam variabel yang ada adalah sebanyak 16 dikalikan dengan angka 5, yaitu sebanyak 80 responden.

Pada penelitian ini menggunakan Kepercayaan Konsumen, Presepsi Manfaat dan Prespsi Kemudahan Penggunaan. Setelah dilakukan analisa dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Rp Shop Kota Metro
2. Presepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Rp Shop Kota Metro
3. Presepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Rp Shop Kota Metro
4. Kepercayaan Konsumen, Presepsi Manfaat dan Presepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Rp Shop Kota Metro

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

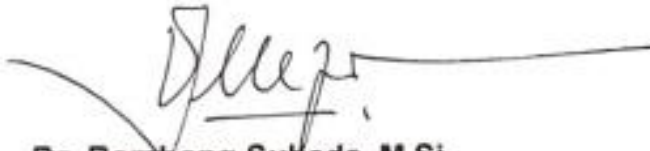
**ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, PERSEPSI MANFAAT
DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BELI
PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Studi Kasus Pada Online Shop "Rp" Shop Kota Metro)**

LILIS ASMARA

19610072

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I



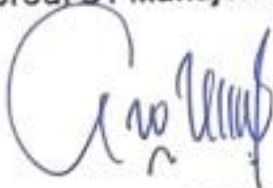
Dr. Bambang Suliada, M.Si
NIDN. 0004126401

Dosen Pembimbing II



Fitriani, S.E., M.M.
NIDN. 0206068604

Kaprodi S1 Manajemen



Nani Septiana, S.E., M.M.
NIDN. 0220098901

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI


**ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, PERSEPSI MANFAAT
DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BELI
PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Studi Kasus Pada Online Shop "Rp" Shop Kota Metro)**

LILIS ASMARA

19610072

Telah Diuji Dan Dinyatakan Lulus Pada :

Hari : Jumat
Tanggal : 22 September 2023
Tempat Ujian : Ruang Sidang FEB UM Metro
Tim Penguji


Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Si
NIDN. 0004126401

Ketua Penguji

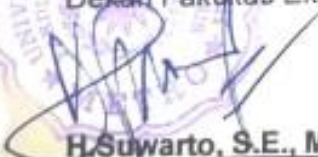

Fitriani, S.E., M.M.
NIDN. 0206068604

Sekretaris


Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M
NIDN. 0223027901

Pengeji Utama

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis


H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

MOTTO

Setiap dari kita Spesial, yang membedakannya hanya pada kemauan untuk
bekerja keras

(Anonim)

Dimnapun saat ini kamu berada, selalulah untuk menjadi yang terbaik dan
berikan yang terbaik dari yang bisa engkau berikan

(B.J Habibie)

Jika kamu bersyukur niscaya aku akan menambah (nikmat) kepadamu.

(Q.S Ibrahim ayat 7)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat yang telah saya terima sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Saya persembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang memiliki peranan penting dalam kehidupan saya yaitu:

1. Yang paling berharga dan tercinta kedua orang tuaku Bapak Purnama Sidiq dan Ibu Hartatik Sebagai tanda bukti, hormat dan rasa terimakasih yang tak terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Bapak dan Ibu yang telah memberikan kasih sayang, dan dukungan penuh kepadaku sehingga dapat menyulut api semangat yang sering kali ingin redup. Ketika dunia menutup pintunya padaku, Bapak dan ibu membuka lengannya untukku. Ketika orang-orang menutup telinga mereka untukku, Bapak dan Ibu membuka hati untukku. Tiada kata yang dapat menggambarkan rasa terimakasih yang teramat besar ini. Semoga dengan ini akan menjadi Langkah awal untuk aku bisa menjadi kebanggan Bapak dan Ibu.
2. Terimakasih juga untuk mas Andi Setiawan yang sudah menjadi support sistem, motivator bagi penulis yang meluangkan waktunya untuk selalu memberi motivasi, saran dan masukan untuk terus melangkah dan terus berusaha.
3. Untuk teman - teman seperjuangan dan sahabat tercinta
4. Terimakasih untuk semua pihak yang telah mensupport dan membantu selama pembuatan skripsi ini hingga selesai.
5. Alamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Metro

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BELI PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Pada Online Shop “Rp” Shop Kota Metro)”** sholawat serta salam disampaikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, semoga mendapat syafa’atnya yaumul khiyamah kelak.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan ,dukungan ,dan kerja sama dari berbagai pihak. Oleh karna itu, penulis menyampaikan terima kasih Kepada:

1. Dr. Nyoto Suseno, M.Si. Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E.,M.M. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Nani Septiana, S.M., M.M. Selaku Ketua Program Studi (Kaprodin) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Si. Selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan saran, pengarahan dan bimbingan selama penyusunan skripsi ini.
5. Fitriani, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan saran, pengarahan dan bimbingan selama penyusunan skripsi ini.
6. Serta seluruh tenaga usaha (TU) Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan kemudahan dalam persiapan berkas-berkas selama perkuliahan.
7. Seluruh Dosen S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah banyak memberikan ilmu, nasihat dan dukungan yang penulis peroleh selama menjadi mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Metro
8. Teman seperjuangan kuliah penulis yang telah mendukung penulis untuk semangat dan yakin dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari atas keterbatasan pengetahuan keterampilan, dan kekurangan dalam pembuatan skripsi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun yang dapat di jadikan sebagai bahan masukan bagi penulis demi kesempurnaan skripsi.

Penulis



Lilis asmara
19610072

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Lilis Asmara
Npm : 19610072
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BELI PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Pada Online Shop “Rp” Shop Kota Metro)”** benar hasil karya saya bukan plagiat.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur 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, September 2023
Yang membuat pernyataan



Lilis Asmara
NPM. 19610072



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO



SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 777/II.3.AU/F/UPI-UK/2023

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : LILIS ASMARA
NPM : 19610072
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul:

ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BELI PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (studi kasus pada online shop "RP" shop di kota 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, 26 September 2023

Kepala Unit,

Dr. Eko Susanto, M.Pd., Kons.
NIDN. 0213068302

Alamat:

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

Website: upi.ummetro.ac.id

E-mail: help.upi@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
RINGKASAN.....	vi
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vii
HALAMAN PENGESAHAN	viii
HALAMAN MOTTO.....	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR	xi
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	xiii
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (<i>Similarity Check</i>).....	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
A. BAB I PENDAHULUAN	
B. Latar Belakang Masalah	1
C. Identifikasi Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian.	5
F. Manfaat Penelitian	5
G. Ruang Lingkup Penelitian	6
H. Sistematika Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Kajian Literatur	7
1. Manajemen	7
2. Kepercayaan Konsumen.....	8
3. Persepsi Masyarakat	9
4. Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	10
5. Minat Beli.....	11
B. Penelitian Relevan	12

C. Kerangka Pemikiran.....	14
D. Hipotesis Penelitian	15
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	16
B. Definisi Operasional Variabel.....	16
C. Teknik Sampling.....	18
D. Teknik Pengumpulan data	19
E. Instrumen Penelitian.....	20
F. Jenis Data.....	20
G. Teknik Analisis Data.....	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	26
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	26
2. Struktur Organisasi Perusahaan	26
3. Tupoksi Perusahaan	27
B. Hasil Penelitian	28
1. Pengujian Persyaratan Instrumen	28
2. Distribusi Frekuensi Data	31
3. Uji Persyaratan Analisis.....	40
4. Uji Hipotesis	43
C. Pembahasan.....	47
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	49
B. Saran	49
DAFTAR LITERATUR	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Ringkasan Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2. Kisi-kisi Kuesioner	18
Tabel 3. Nilai Dan Jawaban Kuesioner	20
Tabel 4. Uji Validitas Kepercayaan Konsumen (X1)	28
Tabel 5. Uji Validitas Persepsi Manfaat (X2)	29
Tabel 6. Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3)	29
Tabel 7. Uji Validitas Minat Beli (Y)	30
Table 8. Hasil Uji Reliabilitas	31
Tabel 9. Jenis Kelamin	32
Tabel 10. Karakteristik Responden Menurut Usia	32
Tabel 11. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	33
Tabel 12. Distribusi Frekuensi Data Kepercayaan Konsumen	34
Tabel 13. Distribusi Frekuensi Data Presepsi Manfaat	36
Tabel 14. Distribusi Frekuensi Data Presepsi Kemudahan Penggunaan	37
Tabel 15. Distribusi Frekuensi Data Minat Beli	39
Tabel 16. Hasil pengujian normalitas	40
Tabel 17. Hasil Uji Linieritas X1 Terhadap Y	41
Tabel 18. Hasil Uji Linieritas X2 Terhadap Y	42
Tabel 19. Hasil Uji Linieritas X3 Terhadap Y	42
Tabel 20. Hasil Uji Homogenitas	43
Tabel 21. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	43
Tabel 22. Hasil Uji T	45
Tabel 23. Hasil uji F	46
Tabel 24. Hasil R ² Koefesien Determinasi	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Daftar pengguna aktif media sosial per Januari 2023	1
Gambar 2. Kerangka Pemikiran	15
Gambar 3. Struktur Organisasi Rp Shop Metro	27
Gambar 4. Histogram Deskripsi Data Variabel Kepercayaan Konsumen	35
Gambar 5. Histogram Deskripsi Data Variabel Presepsi Manfaat	36
Gambar 6. Histogram Deskripsi Data Variabel Presepsi Kemudahan Penggunaan	38
Gambar 7. Histogram Deskripsi Data Variabel Minat Beli	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	55
Lampiran 2. Hasil Kuesioner Penelitian	73
Lampiran 3. Tabel Frekuensi Data	82
Lampiran 4. Pengujian Persyaratan Instrumen	85
Lampiran 5. Pengujian Persyaratan Analisis	90
Lampiran 6. Uji Hipotesis	91
Lampiran 7. R tabel	93
Lampiran 8. T tabel	98
Lampiran 9. F tabel	101
Lampiran 10. Dan Lain-Lain	105