

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGALAMAN BERBELANJA,
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA SITUS JUAL BELI *ONLINE* SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**



DISUSUN OLEH :

ANDRE PRAYOGA

16610005

MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2020



**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGALAMAN BERBELANJA,
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA SITUS JUAL BELI *ONLINE* SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro)**

SKRIPSI

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

ANDRE PRAYOGA

NPM. 16610005

**MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2020**

ABSTRAK

ANDRE PRAYOGA, 2020. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Situs Jual Beli *Online* Shopee”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Ratmono, S.E.,M.M Pembimbing (2) Fitriani, S.E.,M.M.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah kemudahan penggunaan, pengalaman berbelanja dan kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada situs jual beli *online* shopee. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kuantitatif untuk mengumpulkan data dilapangan dengan mengambil sampel dari suatu populasi sebanyak 139 responden pada mahasiswa prodi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro 2016.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan kuesioner/angket. Data yang terkumpul melalui kuesioner/angket diolah dengan menggunakan *statistica packages for the social science* (SPSS) 21, yang digunakan untuk mengidentifikasi apakah pengaruh kemudahan penggunaan, pengalaman berbelanja dan kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada situs jual beli *online* shopee. Hasil menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, pengalaman berbelanja dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada situs jual beli *online* shopee.

Kata kunci: kemudahan penggunaan, pengalaman berbelanja, kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada situs jual beli *online* shopee.

ABSTRACT

ANDRE PRAYOGA, 2020. "The Effect of Ease of Use, Shopping Experience and Consumer Confidence on Consumer Purchase Interests at Shopee Online Buying and Selling Sites". Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Metro. Supervisor (1) Ratmono, S.E., M.M Advisor (2) Fitriani, S.E., M.M.

This research was conducted aiming to find out whether ease of use, shopping experience and consumer trust significantly influence consumer buying interest in online shopee trading sites. The research method used is descriptive quantitative to collect data in the field by taking a sample of a population of 139 respondents in the management study program students of the Faculty of Economics and Business Muhammadiyah Metro University 2016.

Data collection is done through interviews and questionnaires / questionnaires. Data collected through questionnaires / questionnaires were processed using statistical packages for the social science (SPSS) 21, which are used to identify whether the effect of ease of use, shopping experience and consumer confidence affects consumer buying interest on online shopee buying and selling sites. The results show that ease of use, shopping experience and consumer trust have a positive and significant effect on consumer buying interest on online shopee trading sites.

Keyword: Ease of use, shopping experience, consumer trust have a positive and significant effect on consumer buying interest on online shopee buying and selling sites.

**HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI
SKRIPSI
PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGALAMAN BERBELANJA,
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA SITUS JUAL BELI *ONLINE* SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro)**

**ANDRE PRAYOGA
NPM.16610005**


Telah Diuji Dinyatakan Lulus

Hari : Jum'at

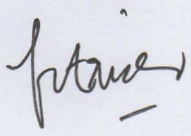
Tanggal : 03 Juli 2020

Tempat Ujian : Ruang Sidang FEB UM Metro

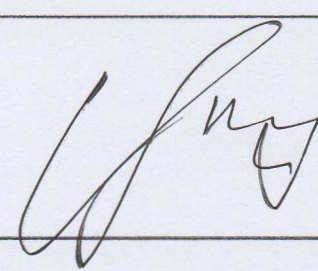
Tim Penguji,


Ratmono, S.E.,M.M.
NIDN. 0220076001

Ketua Penguji


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

Sekretaris


Suryadi, S.E.,M.M.
NIDN.0229115901

Penguji Utama

Mengetahui
Dekan



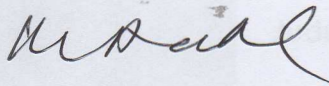
Dr. Suharto, S.E., M.M.
NIDN. 0228035801

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGALAMAN BERBELANJA,
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA SITUS JUAL BELI *ONLINE* SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro)

ANDRE PRAYOGA
NPM.16610005

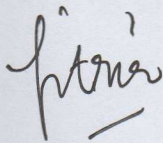
Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing I



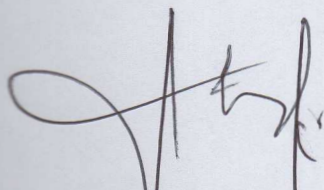
Ratmono, S.E.,M.M.
NIDN. 0220076001

Pembimbing II




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

Mengetahui,
Kaprosdi Manajemen

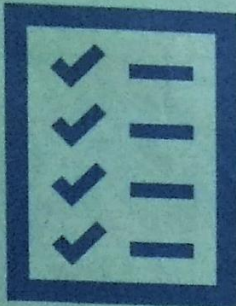


Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

HASIL UJI KESAMAAN SKRIPSI



**UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO**



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

Website: www.upi.ummetro.ac.id
E-mail: upi.ummetro@gmail.com

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 1215/IL.3.AU/F/UPI-UK/2020

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : ANDRE PRAYOGA
NPM : 16610005
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul :

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGALAMAN BERBELANJA, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA SITUS JUAL BELI ONLINE SHOPPE

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

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 22 Juni 2020

Kapala Unit,



Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.
NIDN. 0224018703

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Andre Prayoga

Npm : 16610005

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Program studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **“PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGALAMAN BERBELANJA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA SITUS JUAL BELI ONLINE SHOPEE STUDI PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO”** 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 bertanggung jawabkan secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, 11 Juni 2020

Yang membuat pernyataan



Andre Prayoga
NPM. 16610005

MOTTO

“Andai dirimu menangis dan putus asa yakinlah badai tidak akan selamanya”

“Andai dirimu merasa semua telah hilang yakinlah hidupmu Masih berharga”

“Bila badai berhenti, masih ada waktu untuk tersenyum lagi”

“Luka akan terobati masih ada waktu untuk mewujudkan mimpi”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbilalamin, rasa syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Skripsi ini kupersembahkan kepada :

Kekuatan dan motivasi terbesar dalam hidup. Kedua orangtuaku Bapak Supriyanto dan Ibu Mulyatin yang sangat aku cintai yang telah bekerja keras demi masa depanku serta tiada henti mendoakan dan memberikan semangat serta motivasinya.

Kakak tercinta Nila Wati

Semua keluarga besarku

Sahabat-sahabatku terimakasih telah memberikan warna dalam hidup

Almamater Tercinta, Universitas Muhammadiyah Metro.

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Yang Maha Esa yang telah memberikan kenikmatan dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGALAMAN BERBELANJA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA SITUS JUAL BELI *ONLINE* SHOPEE STUDI PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO”** dapat diselesaikan dengan baik.

Adapun tujuan dari penulis skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapat bantuan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd. Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. Dr. Suharto, S.E., M.M. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Febriyanto, S.E., M.M. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Ratmono, S.E., M.M. Sebagai Wakil Dekan 1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing hingga terselesainya skripsi ini.
5. Fitriani, S.E., M.M. Sebagai Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing hingga terselesainya skripsi ini.
6. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah tulus memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

7. Bapak dan ibu penulis yang senantiasa istiqomah dalam berikhtiar dan mendoakan putranya, kasih sayangmu sepanjang masa.
8. Kakak tersayang Nila Wati yang selalu mendoakan.
9. Seluruh keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan semangat kepada penulis.
10. Sahabatku Selviana Fatmawati yang telah memberikan semangat dan dukungannya dalam menyusun skripsi ini.
11. Teman-teman Manajemen A angkatan 2016 yang telah memberikan warna dalam kehidupan penulis selama penulis menepuh studi di fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Ucapan terimakasih juga ditunjukkan kepada semua pihak yang namanya tidak disebutkan satu persatu. Penulis tidak dapat membalas semua yang telah diberikan, hanya doa dan rasa syukur kepada Allah SWT, semoga Allah SWT tetap merahmati dan meridhoi setiap langkah kita. Amin.

Penulis

Andre Prayoga
NPM. 16610005

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
HASIL UJI KESAMAAN SKRIPSI	viii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ix
MOTTO	x
PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Asumsi Penelitian	8
F. Ruang Lingkup Penelitian.....	8
1. Lokasi Penelitian	8
2. Jadwal Penelitian	8

BAB II KAJIAN LITERTUR

A. Kajian Literatur.....	9
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2. <i>E-commerce</i> – <i>C2C E-commerce</i>	10
A. Jenis-jenis <i>E-commerce</i>	10

3. Kemudahan Penggunaan	11
1. Pengertian Kemudahan Penggunaan.....	11
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan dalam menggunakan teknologi.....	12
3. Indikator Kemudahan	13
4. Pengealaman Berbelanja.....	14
a. Pengertian Pengalaman Berbelanja	14
b. Dimensi Pengalaman Berbelanja.....	15
5. Kepercayaan Konsumen.....	16
a. Pengertian Kepercayaan Konsumen	16
b. Dimensi Kepercayaan Konsumen.....	18
6. Minat Beli.....	19
a. Pengertian Minat Beli	19
b. Dimensi Minat Beli	21
B. Hasil Penelitian Relevan.....	22
C. Kerangka Pemikiran	23
D. Hipotesis Penelitian	24

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian.....	25
B. Obyek dan Lokasi Penelitian	25
C. Metode Penelitian.....	25
1. Devinisi Konseptual Variabel	26
2. Devinisi Operasional variabel	26
3. Kisi-kisi Instrument Penelitian	27
4. Populasi dan Sampel	27
a. Populasi	27
b. Sampel	28
D. Teknik Pengumpulan Data	29
1. Wawancara	29
2. Kuesioner atau Angket	29
E. Teknik Analisis Data	29
1. Pengujian Persyaratan Instrumen	29
a. Uji Validitas	29

b. Uji Reabilitas	30
2. Pengujian Persyaratan Analisis	30
a. Uji Normalitas	30
b. Uji Linieritas	31
c. Uji Homogenitas	31
3. Pengujian Hipotesis	31
Analisis Regresi Linier Berganda	31
Uji Parsial (t)	32
Uji Simultan (F)	33
Determinasi (Uji R^2)	34
Hipotesis Statistik	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	36
1. Sejarah Singkat Perusahaan	36
2. Fungsi Perusahaan Shopee	36
3. Visi-Misi Shopee	37
B. Hasil Penelitian	38
1. Deskripsi Data Hasil Kuesioner	38
a. Kemudahan Penggunaan	38
b. Pengalaman Berbelanja.....	39
c. Kepercayaan Konsumen.....	40
d. Minat Beli.....	42
2. Pengujian Persyaratan Analisis Berganda	43
a. Analisis Validitas	43
b. Analisis Reliabilitas	44
c. Analisis Normalitas	44
d. Uji Linieritas	45
e. Uji Homogenitas	47
f. Analisis Regresi Berganda.....	58
C. Pengujian Hipotesis.....	49
1. Uji T (persial)	49
2. Uji F (simultan)	50

3. Uji Koefesien Determinasi (R)	51
D. Hipotesis statistik.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	55
B. Saran	55

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Hasil Penelitian Relevan	22
2. Devinisi Operasional variabel	27
3. Interval uji Coba Variabel Kemudahan Penggunaan (X1)	38
4. Interval Uji Coba variabel Pengalaman Berbelanja.....	40
5. Interval Uji Coba Variabel Kepercayaan Konsumen	41
6. Interval Uji Coba variabel Minat Beli.....	43
7. Hasil Uji Coba Reliabilitas.....	44
8. Hasil Uji Coba Normalitas	45
9. Hasil Uji Linieritas X1 dengan Y	46
10. Hasil Uji Linieritas X2 dengan Y	46
11. Hasil Uji Linieritas X3 dengan Y	47
12. Hasil Uji Coba Homogenitas	47
13 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	48
14. Uji Simultan	51
15. Hasil Koefisien Determinasi.....	51
16. Hasil Pengujian Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X1) Terhadap Minat Beli (Y).....	52
17. Hasil Pengujian Pengaruh Pengalaman berbelanja (X2) Terhadap Minat Beli (Y).....	52
18. Hasil Pengujian Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli (Y).....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Pertumbuhan Penggunaan Internet di Indonesia tahun 2016-2018.....	2
2. <i>E-commerce</i> Dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia Tahun 2016.....	3
3. Kerangka Pemikiran.....	23
4. Diagram Kemudahan Penggunaan (X1)	39
5. Diagram Pengalaman Berbelanja (X2).....	40
6. Diagram Kepercayaan Konsumen (X3).....	42
7. Diagram Minat Beli (Y).....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Dan Nama Responden.....	60
2. Tabulasi Skor Jawaban Kuesioner	66
3. Data Mentah Skor Total Jawaban Kuesioner.....	84
4. Penentuan Tabel Distribusi Frekuensi Skor	88
5. Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas	92
6. Uji Normalitas.....	99
7. Hasil Uji Linieritas.....	101
8. Perhitungan Uji Homogenitas Varians.....	103
9. Perhitungan Modal Analisis	104
10. Perhitungan Uji T (Persial).....	106
11. Perhitungan Uji F (Simultan).....	107
12. Perhitungan Uji Koefisien determinasi (R)	108
13. Tabel R.....	109
14. Tabel T	115
15. Tabel F	120
16. Tabel Linieritas.....	124
16. Evaluasi Penetapan Judul	125
17. Surat Izin Penelitian	126
18. Lembar Konsultasi judul dan Pembimbingan skripsi	127
19. Berita Acara Seminar Proposal Skripsi	129
20. Surat Keputusan Pengangkatan Dosen Pembimbing.....	130
21. Surat Keterangan Ujian Skripsi	131
22. Rekap Hasil Ujian Skripsi	132
23. Riwayat Hidup	133