

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PENGALAMAN BELANJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
SITUS ONLINE BLIBLI.COM**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

oleh

Auliyatul Faizah
NPM: 41183402180151



Strata 1
Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM "45"
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2022**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PENGALAMAN BELANJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
SITUS *ONLINE* BLIBLI.COM**

16 Agustus 2022

oleh

Auliyatul Faizah
NPM: 41183402180151

Disetujui,

Pembimbing



Isti Pujihastuti, S.E., M.E.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Isti Pujihastuti, S.E., M.E.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PENGALAMAN BELANJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
SITUS *ONLINE* BLIBLI.COM**

22 Agustus 2022

oleh

Auliyatul-Faizah
NPM: 41183402180151

Dosen Penguji I



Dr. Rianti Setyawasih, Ir., M.E.


Dosen Penguji II



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

Disetujui,

Pembimbing



Isti Pujihastuti, S.E., M.E.


Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Isti Pujihastuti, S.E., M.E.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Auliyatul Faizah

NPM : 41183402180151

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Belanja terhadap Keputusan Pembelian pada Situs *Online* Blibli.com

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil penelitian karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari skripsi ini dapat dibuktikan adanya unsur plagiarisme atau apapun yang terdapat penyimpangan dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan atau sanksi yang berlaku.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebagai pertanggungjawaban tanpa adanya pemaksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 10 Agustus 2022

Yang menyatakan



Auliyatul Faizah

ABSTRAK

Auliyatul Faizah (41183402180151)

Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Belanja Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs *Online* Blibli.com

xiv +134 halaman + 22 tabel + 3 gambar + 6 diagram + 17 lampiran

Kata kunci: kepercayaan, kualitas pelayanan, pengalaman belanja, dan keputusan pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, dan pengalaman belanja terhadap keputusan pembelian pada situs *online* Blibli.com. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan deskriptif dengan metode kuantitatif. Data penelitiannya adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, studi pustaka, dan penyebaran kuesioner. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli melalui situs *online* Blibli.com di wilayah Cakung, Jakarta Timur. Sampel diambil sebanyak 100 responden pengguna situs *online* Blibli.com dengan teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien regresi pada variabel kepercayaan (β_1) sebesar 0,250, variabel kualitas pelayanan (β_2) sebesar 0,314 dan variabel pengalaman belanja (β_3) sebesar 0,922. Variabel kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang dilihat dari nilai t hitung sebesar 2,748 lebih besar dari t tabel 1,660 dengan tingkat signifikan 0,023 lebih kecil dari 0,05. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang dilihat dari nilai t hitung sebesar 3,629 lebih besar dari t tabel 1,660 dengan tingkat signifikan 0,010 lebih kecil dari 0,05. Variabel pengalaman belanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang dilihat dari nilai t hitung 5,013 lebih besar dari t tabel 1,660 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,789 yang menunjukkan bahwa variabel X dapat menjelaskan variabel Y sebesar 78,9% dan sisanya 21,1% ($100-78,9 = 21,1\%$) yang dijelaskan oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

Daftar pustaka: 28 (2013-2021)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohim.

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT dan atas rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Belanja Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs *Online* Blibli.com”.

Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi dari program studi S-1 Manajemen di Universitas Islam “45” Bekasi. Dalam proses penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dorongan dan bantuan banyak pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, dan saran kepada:

1. Ibu Isti Pujihastuti, S.E., M.E. selaku Dosen Pembimbing sekaligus Dekan Fakultas Ekonomi yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan masukan dalam proses pembuatan skripsi ini.
2. Ibu Rinda Siaga Pangestuti, S.S., M.S.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian.
3. Ibu Dr Rianti Setyawasih, Ir., M.E. dan Ibu Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M selaku Dosen Penguji sidang skripsi.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
5. Para Staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
6. Kedua orang tua Ayah dan Ibu serta kakak-kakakku yang selalu memberikan dorongan, motivasi, bantuan, dan doa sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini.

7. Kepada sahabat-sahabat saya, Jeni Melinda, Rizka Nurhanifa, Safira Salsabila, Saniyah, dan Sastiani yang telah membantu saya dalam penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman mahasiswa jurusan manajemen Angkatan 2018 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu, memberikan dukungan, motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengaharapkan penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan bagi semua pihak dan pembaca skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Jakarta, 15 Juni 2022

Penulis

Auliyatul Faizah

41183402180151

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah	9
1.5 Sistematika Pelaporan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Pemasaran	11
2.2 Perilaku Konsumen	11
2.3 Keputusan Pembelian	12
2.1.1 Indikator Keputusan Pembelian	13
2.1.2 Faktor-faktor Keputusan Pembelian.....	14
2.4 Kepercayaan.....	15
2.4.1 Indikator kepercayaan.....	16
2.5 Kualitas Pelayanan	16
2.5.1 Indikator Kualitas Pelayanan	17
2.6 Pengalaman Belanja	18
2.6.1 Indikator Pengalaman Belanja	19
2.7 Penelitian Terdahulu.....	20

2.8	Kerangka Penelitian.....	22
2.9	Hipotesis Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Metode Penelitian Yang Digunakan.....	26
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	26
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	27
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.6	Deskripsi Variabel Penelitian.....	30
3.7	Metode Analisis Data	33
3.7.1.1	Uji Validitas	33
3.7.1.2	Uji Reliabilitas	34
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	34
3.7.2.1	Uji Normalitas.....	34
3.7.2.2	Uji Multikolinearitas	34
3.7.2.3	Uji Heteroskedastisitas	35
3.7.3	Uji Regresi	35
3.7.3.1	Uji t (Uji Parsial).....	35
3.7.3.2	Uji F (Uji Anova)	35
3.7.4	Uji Koefisien Determinasi (KD)	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Hasil Penelitian	37
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
4.2	Profil Responden.....	37
4.2.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	38
4.2.2	Karakteristik responden berdasarkan domisili	38
4.2.3	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	39
4.2.4	Karakteristik responden berdasarkan pendapatan/uang saku perbulan.....	40
4.2.5	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	41
4.2.6	Karakteristik responden berdasarkan frekuensi melakukan transaksi pembelian	41
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	42
4.3.1	Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	42

4.3.1	Deskripsi Variabel Kepercayaan (X1)	45
4.3.2	Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	47
4.3.3	Variabel Pengalaman Belanja (X3)	48
4.4	Hasil Uji Kualitas Data	50
4.4.1	Uji Validitas	50
4.4.2	Uji Reliabilitas	53
4.5	Uji Asumsi Klasik	54
4.5.1	Uji Normalitas	54
4.5.2	Uji Multikolinearitas	55
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	56
4.6	Uji Statistik Deskriptif	57
4.7	Uji Hipotesis	58
4.7.1	Uji t (Parsial)	58
4.7.2	Uji F (Simultan)	59
4.7.3	Uji Regresi Linear Berganda	61
4.8	Koefisien Determinasi (KD)	62
4.9	Pembahasan	65
4.9.1	Pengaruh Kepercayaan (X1) Terhadap Keputusan Pembelian pada Situs <i>Online</i> Blibli.com	65
4.9.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian pada Situs <i>Online</i> Blibli.com	66
4.9.3	Pengaruh Pengalaman Belanja (X3) Terhadap Keputusan Pembelian pada Situs <i>Online</i> Blibli.com	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		68
5.1	Simpulan	68
5.2	Saran	68
DAFTAR PUSTAKA		70
LAMPIRAN		74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung E-Commerce Tahun 2019-2021	2
Tabel 1.2 Persentase TBI E-Commerce Blibli.com Tahun 2017-2021	2
Tabel 1.3 Keluhan Konsumen Blibli.com	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Nilai Skala Likert.....	29
Tabel 4. 1 Rekapitulasi Skor Jawaban Variabel Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 4.2 Rekapitulasi Skor Jawaban Variabel Kepercayaan (X1)	45
Tabel 4.3 Rekapitulasi Skor Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan X2	47
Tabel 4.4 Rekapitulasi Skor Jawaban Variabel Pengalaman Belanja X3	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X1)	51
Tabel 4.6 Hasil Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	51
Tabel 4.7 Hasil Validitas Variabel Pengalaman Belanja (X3).....	52
Tabel 4.8 Hasil Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	55
Tabel 4.11 Hasil uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Statistik Deskriptif	57
Tabel 4.13 Hasil Uji T (Parsial)	58
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Simultan).....	60
Tabel 4.15 Hasil Regresi Linear Berganda	61
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	63
Tabel 4.17 Rekapitulasi Statistik.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Belanja terhadap Keputusan Pembelian.....	23
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	54
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	38
Diagram 4.2 Domisili Responden	39
Diagram 4.3 Usia Responden.....	39
Diagram 4.4 Pendapatan Responden	40
Diagram 4.5 Pekerjaan Responden.....	41
Diagram 4.6 Frekuensi Melakukan Transaksi Pembelian	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 2. Google Form	81
Lampiran 3. Daftar Pertanyaan Wawancara (Pra kuesioner)	85
Lampiran 4. Ulasan Playstore.....	86
Lampiran 5. Data Hasil Penelitian 100 Responden	88
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas 30 Responden	100
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden.....	106
Lampiran 8. Hasil Uji Asumsi Klasik	109
Lampiran 9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	110
Lampiran 10. Hasil Uji F.....	111
Lampiran 11. Hasil Uji T	111
Lampiran 12. Tabel F.....	112
Lampiran 13. Tabel T.....	115
Lampiran 14. Surat Keputusan Dekan Untuk Pembimbingan Skripsi	116
Lampiran 15. Kartu Seminar Proposal Penelitian Skripsi	117
Lampiran 16. Kartu Bimbingan Skripsi	119
Lampiran 17. Daftar Riwayat Hidup.....	120