

SKRIPSI

**PENGARUH *E-SATISFACTION* DAN *E-TRUST*
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI *ONLINE* DI
MARKETPLACE SHOPEE
(STUDI PADA MAHASISWA/I FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN)**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH:

INTAN NUR LATIFAH

1625106

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN

ROKAN HULU

2020

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : INTAN NUR LATIFAH

NIM : 1625106

JUDUL PENELITIAN : PENGARUH *E-SATISFACTION* DAN *E-TRUST* KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI *ONLINE* DI *MARKETPLACE* SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA/ FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN).

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Komprehensif Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian pada Selasa, 30 Juni 2020 dan telah dilakukan perbaikan sesuai saran dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

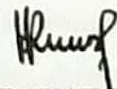
Pasir Pengaraian, 20 Juli 2020

Pembimbing I



YULFITA AINI, SE., MM
NIDN.1024097802

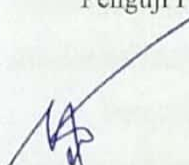
Pembimbing II



HIDAYAT, SE., MM
NIDN.1027058603

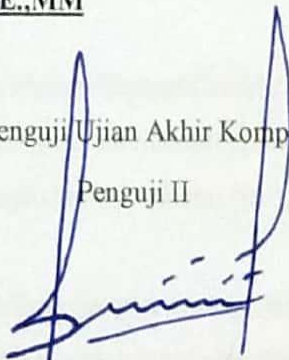
Penguji Ujian Akhir Komprehensif

Penguji I



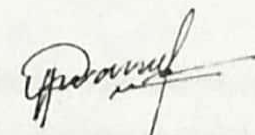
MAKMUR, SE., MM
NIDN.101003800

Penguji II



SEPRINI, SE., MM
NIDN.1025097804

Penguji III



PURWANTORO, SE., M.Si
NIDN.1030049001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pasir Pengaraian



ARRAFIQR RAHMAN, SE., MM
NIDN.1018108502

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : INTAN NUR LATIFAH

Nomor Induk Mahasiswa : 1625106

Judul Karya Tulis : *PENGARUH E-SATISFACTION DAN E-TRUST*
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI
ONLINE DI MARKETPLACE SHOPEE (STUDI
MAHASISWA/I FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN).

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis skripsi ini benar-benar dikerjakan sendiri. Karya tulis Skripsi ini bukan merupakan Plagiarisme, pencurian hasil karya tulis orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis skripsi saya secara orisinal dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi meningkatkan integritas akademik di instansi ini.

Pasir Pengaraian, Mei 2020

Saya Yang Menyatakan



Intan Nur Latifah

ABSTRAK

INTAN NUR LATIFAH.1625106. Pengaruh *E-Satisfaction* dan *E-Trust* Konsumen Terhadap Minat Beli *Online* di *Marketplace* Shopee (Studi pada Shopee di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian). Dengan pembimbing I : Yulfita Aini,SE.,MM dan pembimbing II : Hidayat,SE.,MM.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *E-satisfaction* dan *E-trust* konsumen terhadap minat beli *online* di *Marketplace* Shopee pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi di Universitas Pasir Pengaraian. Metode Penelitian yang digunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini pada mahasiswa/i di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian yang menggunakan Shopee. Sampel yang digunakan adalah rumus Slovin. Pengumpulan data menggunakan kuesioner.wawancara dan dokumentasi . Serta teknik analisis data digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian dari regresi berganda diperoleh persamaan regresi $Y = 17,317 + 0,174X_1 + 0,233X_2$, pada koefisien determinasi diperoleh nilai R sebesar 0,366, hasil penelitian dari uji T variabel *e-satisfaction* menunjukkan $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $2,283 > 1,9689$, sehingga dapat disimpulkan bahwa (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli (Y). Variabel *e-trust* menunjukkan $T_{hitung} < T_{tabel}$ yaitu $2,061 > 1,9689$, sehingga dapat disimpulkan bahwa (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat beli (Y). Hasil uji F menunjukkan angka $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $6,719 > 2,71$, sehingga dapat disimpulkan bahwa *e-satisfaction* dan *e-trust* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli *online*.Bagi perusahaan Shopee harus dapat mempertahankan *e-satisfaction* dan *e-trust* konsumen yang akan menambah minat beli *online*.

Kata kunci : E-satisfaction, E-trust , Minat Beli Online

KATA PENGANTAR

Segenap puji Syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program studi Sarjana Strata Satu (S-1) di Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian dengan baik dan lancar. Seiring dengan itu penulis sangat berterimakasih kepada kedua orang tua, abang dan adek, serta teman-teman yang telah memberikan dukungan sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul :

“Pengaruh *E-Satisfaction* dan *E-Trust* Konsumen Terhadap Minat Beli *Online* di *Marketplace* Shopee (Studi pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian)”

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Adolf bastian, M.Pd, Rektor Universitas Pasir Pengaraian yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Pasir Pengaraian.
2. Arrafiqurrahman.,SE.,MM, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Purwantoro, SE., M.Si, Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.
4. Yulfita Aini, SE,MM selaku dosen Pembimbing I, yang juga telah mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.

5. Hidayat, SE.,MM, selaku dosen Pembimbing II, yang telah mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Kepada H.Ilyas S.H dan Siti Sriwahyuni S,Pd selaku Orang Tua yang telah membesarkan, juga memberikan semangat dan dorongan baik moral maupun materil sehingga penulis dapat mewujudkan cita-cita penulis.
7. Dan juga kepada Fikri Abdul Aziz S.Ag selaku Abang dan Shinta Nur Hanifah,Adila Humairah Mawaddah ,Habibie Al Ayubi selaku Adek penulis sendiri yang telah mendukung dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Serta sahabat saya Bella Islami,Ayu Wandira,Sri Eka Lestari,Aulia Fitri,Selma,Ine Sentia,M.Dasir,Fikli Taufik,dan Mamin yang telah membantu dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, peneliti lain dan pihak yang berkepentingan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dibidang manajemen.

Pasir Pengaraian, Juni 2020

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

COVER

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN.....

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI.....

DAFTAR TABEL.....

DAFTAR GAMBAR.....

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah..... 1

1.2 Rumusan Masalah..... 5

1.3 Tujuan Penelitian 5

1.4 Manfaat Penelitian 6

1.5 Sistematika Penulisan..... 6

BAB II : LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS

2.1. Landasan Teori..... 8

2.1.1 *E-Satisfaction* 8

2.1.1.1 Manfaat *E-Satisfaction*..... 10

2.1.1.2 Konsep *E-Satisfaction*..... 11

2.1.1.3 Strategi *E-Satisfaction*..... 12

2.1.1.4 Indikator *E-Satisfaction*..... 13

2.1.2 <i>E-Trust</i>	14
2.1.2.1 Karakteristik <i>E-Trust</i>	15
2.1.2.2 Jenis-jenis <i>E-Trust</i>	16
2.1.2.3 <i>E-Trust</i> Konsumen	17
2.1.2.4 Indikator <i>E-Trust</i>	18
2.1.3 Minat Beli.....	19
2.1.3.1 Indikator Minat Beli	22
2.2. Kerangka Konseptual	22
2.3. Hipotesis.....	23

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	24
3.1.1 Jenis Penelitian.....	24
3.1.2 Lokasi Penelitian	24
3.2. Populasi Dan Sampel	24
3.2.1 Populasi	24
3.2.2 Sampel.....	25
3.3. Jenis Dan Sumber Data	26
3.4. Teknik Pengumpulan Data	26
3.5. Definisi Operasional.....	27
3.6. Instrumen Penelitian.....	28
3.7. Teknik Analisis Data.....	29

BAB VI : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	33
4.1.1 Sejarah Singkat Shopee	33
4.1.2 kelebihan dan Kekurangan Pengguna Shopee.....	34

4.1.3 Sistem Pembayaran dan Pengiriman Barang.....	34
4.2 Karakteristik Responden	36
4.2.1 Jenis Kelamin	36
4.2.2 Usia Responden.....	37
4.3 Uji Instrumen.....	38
4.3.1 Uji Validitas	38
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	40
4.4 Analisis Data Penelitian	41
4.4.1 Analisis Deskriptif Variabel.....	41
4.5 Analisis Regresi Berganda	44
4.5.1 Uji Asumsi Klasik	46
4.5.2 Koefisien Determinasi.....	49
4.5.3 Pengujian Hipotesis	50
4.6 Pembahasan.....	52

BAB V :PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Pengguna <i>E-Commerce</i> Tahun 2019	2
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi	25
Tabel 3.2 Definisi Operasional	27
Tabel 3.3 Skor Tanggapan Responden.....	29
Tabel 3.4 Skala Likert	29
Tabel 4.1 Jumlah Jenis Kelamin Responden.....	36
Tabel 4.2 Jumlah Usia Responden	37
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas <i>E-Satisfaction</i>	38
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas <i>E-Trust</i>	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Minat Beli	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.7 Penilaian TCR Variabel <i>E-Satisfaction</i>	42
Tabel 4.8 Penilaian TCR Variabel <i>E-Trust</i>	43
Tabel 4.9 Penilaian TCR Variabel Minat beli.....	44
Tabel 4.10 Analisis Regresi Berganda	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	48
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi.....	50
Tabel 4.14 Hasil Uji T.....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	23
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	33
Gambar 4.2 Uji Heteroskedaritas	49