

**PENGARUH KEPERCAYAAN (*TRUST*) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PERLENGKAPAN RUMAH TANGGA DI TOKOPEDIA**



OLEH:

CHANDRA HERMAWAN

51418009

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

(KAMPUS KOTA MADIUN)

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2022

**PENGARUH KEPERCAYAAN (*TRUST*) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PERLENGKAPAN RUMAH TANGGA DI TOKOPEDIA**

SKIRPSI

Diajukan Kepada

FAKULTAS BISNIS

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA KAMPUS
KOTA MADIUN**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

CHANDRA HERMAWAN

51418009

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

(KAMPUS KOTA MANDIUN)

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KEPERCAYAAN (*TRUST*) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PERLENGKAPAN RUMAH TANGGA DI TOKOPEDIA

OLEH:

CHANDRA HERMAWAN

51418009

Telah di setujui dan Diterima dengan Baik

Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing



Ardianus Laurens P, SE., M.Sc

NIDN 0721048301

Tanggal:

30 Januari 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Chandra Hermawan (NRP: 51418009)

Telah diuji pada tanggal 3 Mei 2023 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.

NIDN. 0713126601

Mengetahui:



Dekan,

Dr. Hendra Wijaya, S.Akt., M.M., CPA.
NIDN. 0718108506



Ketua Program Studi,

Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.
NIDN. 0713126601

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya kampus Kota Madiun:

Saya bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Chandra Hermawan

NRP : 51418009

Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan (*Trust*) Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Rumah Tangga Di Tokopedia

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya setuju pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lainnya (*digital library* perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan karya ilmiah saya buat dengan sebenar-benarnya.

Madiun, 7 Juli 2023

Yang menyatakan


Chandra Hermawan

MOTTO

Orang yang sabar melebihi seorang pahlawan, orang yang menguasai dirinya,
melebihi orang yang merebut kota. (Amsal 16:32)

Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku.
(Filipi 4:13)

Semua akan indah pada waktunya. (Pengkhotbah 3:11)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus yang telah menyertai, melindungi, memberkati, dan melancarkan Langkah-langkah saya sehingga dapat menyelesaikan studi dengan baik.
2. Kedua orang tua saya; almarhum bapak saya, dan almarhum Ibu tercinta.
3. Keluarga besar saya yang berada di Magetan, di Australia, Malaysia dan di Kalimantan Utara, kakak-kakak saya, ipar saya yang selalu memberi dukungan, baik melalui doa, motivasi, materiil, dan nasihat dalam menjalani studi.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat karunianya, Kesehatan, motivasi serta hiburan sehingga skripsi yang berjudul: Pengaruh Kepercayaan (*Trust*) Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Rumah Tangga Di Tokopedia. Skripsi ini di susun dan diajukan memenuhi syarat sebagai tugas akhir guna memperoleh gelar sarjana Manajemen Program Studi Manajemen (Kampus Kota Madiun) Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dengan tersusunya skripsi ini, penulisan menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung dan membimbing penulis skripsi ini selesai di susun. Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat kasih setia-nya yang memberikan bimbingan, pertolongan, kemudahan, teguran dan kelancaran sehingga skripsi ini dapat di selesaikan dengan baik.
2. Kakak-kakakku tercinta kakak Yuningsih, Deramlee, Chen, Daniel, dan Helena yang selalu memberikan semangat, dukungan doa dan kasih sayang untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Ardianus Laurens P, SE., M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam proses bimbingan kepada penulis selama penelitian berlangsung hingga selesai.
4. Bapak Didik Joko Pitoyo, S.E., M.M selaku wali studi yang telah mendidik, memberikan nasihat serta arahan dari awal perkuliahan sampai terselesainya skripsi ini.
5. Ibu Dyah Kurniawati, M. Si. Selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Unika Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.
6. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Kampus Kota Madiun yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Sahabat-sahabat Jessica, Astro, Eva, Lasa, Lita, dan Bella yang telah membantu memberi semangat, menguatkan mental, dan memberikan

masuk dan bantuan secara langsung maupun tidak langsung. Terimakasih sahabatku atas energi positifnya.

8. Seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan doa, dukungan dan motivasi serta dukungan materiil.
9. Untuk teman-teman program studi manajemen Angkatan tahun 2018, teman-teman KKN, dan semua teman-teman lainnya terimakasih untuk kisah kasih serta momen berharga yang kita lewati bersama.
10. Teman-teman Ferdi, Floren, dan Astro yang telah meminjamkan laptopnya untuk saya bisa mengerjakan skripsi saya selama laptop saya masih rusak.
11. Untuk seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat disebutkan oleh penulis satu persatu.

Penulis juga menyadari bahwa laporan penelitian bahwa laporan penelitian ini terdapat banyak kekurangan dan kelemahan, hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati menerima saran dan kritikan yang membangun demi penyempurnaan pengembangan penelitian selanjutnya. Kiranya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Madiun, 7 Maret 2023

Penulis,



Chandra hermawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PESETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Landasan Teori.....	5
2.1.1. Kepercayaan.....	5
2.1.2. Keputusan Pembelian	7
2.1.3 Penelitian Terdahulu	9
2.2. Pengembangan Hipotesis	11
2.2.1 Hubungan Antar Variabel	11
2.3. Kerangka Pemikiran	12

2.4. Hipotesis Penelitian	13
BAB III METODE PENELITIAN	14
3.1 Disain Penelitian	14
3.2 Identifikasi, Definisi Oprasional, Dan Pengukuran Variabel .	14
3.2.1. Identifikasi Variabel	14
3.2.2. Definisi Oprasional Variabel Independen.....	14
3.2.3. Definisi Oprasional Variabel Dependen	15
3.2.4. Pengukuran Variabel.....	16
3.3 Jenis Dan Sumber Data.....	16
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan	17
3.5 Analisis Data.....	18
3.5.1. Uji Kualitas Data	18
3.5.2. Uji Asumsi Klasik.....	19
3.5.3. Uji Regresi Linier Sederhana.....	19
3.5.4. Pengujian Hipotesis	20
3.5.5. Koefisien Derteminan (R^2).....	20
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	22
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	22
4.1.1 Gambaran Umum Kota Madiun	22
4.1.2 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	22
4.2 Deskripsi Data	23
4.2.1 Deskripsi Responden	23
4.3 Hasil Penelitian.....	28
4.4 Hasil Analisis Data	32
4.4.1 Uji Kualitas Data	32
4.5 Uji Realibitas	33
4.5.1 Uji Asumsi Klasik	33

4.6 Uji Normalitas	33
4.6.1 Uji Heteroskedastisitas	34
4.6.2 Uji Regresi Linier Sederhana	35
4.6.3 Uji Hipotesis	36
4.7 Pembahasan	37
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	39
5.1 Simpulan.....	39
5.2 Keterbatasan Penelitian	39
5.3 Saran	39
Daftar Pustaka	40
Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data Market Place di Indonesia	2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang	11
Tabel 3.1	Definisi Operasional Kepercayaan.....	15
Tabel 3.2	Definisi Operasional Keputusan Pembelian.....	16
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	23
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	24
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	24
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdsarkan Status Pernikahan	24
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdsarkan Pekerjaan	25
Tabel 4.6	Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian Lewat Tokopedia.....	26
Tabel 4.7	Karakteristik Berdsarkan Lama Menggunakan Tokopedia.....	26
Tabel 4.8	Karakteristik Berdasarkan Jenis Perlengkapan Rumah Tangga Yang i Beli.....	27
Tabel 4.9	Rentang Skala.....	28
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Tentang Kepercayaan	29
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian	30
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas	32
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	8
Gambar 2.2 Krangka Pemikiran.....	13
Gambar 3.1 Grafik Uji t Kurva	20
Gambar 4.1 Logo Perusahaan PT Tokopedia	22
Gambar 4.2 Maskot Perusahaan PT Tokopedia	23
Gambar 4.3 Uji Normalitas	34
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	35
Gambar 4.5 Penerimaan dan Penolakan	37

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji signifikansi pengaruh positif kepercayaan terhadap keputusan pembelian perlengkapan rumah tangga secara *online* di Tokopedia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jumlah sampel pada penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 5,725 t_{tabel} sebesar 1,66039 dan memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka penelitian ini mendukung hipotesis yaitu kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian *online* perlengkapan rumah tangga. Artinya apabila kepercayaan yang terdiri dari objek, atribut, dan manfaat yang diberikan baik maka dapat mempengaruhi tingkat keputusan pembelian *online* perlengkapan rumah tangga oleh pengguna Tokopedia di kota Madiun.

Kata Kunci: *kepercayaan, keputusan pembelian*

ABSTRACT

This study aims to examine the significance of the positive influence of trust on purchasing decisions for household equipment online on Tokopedia. This research uses quantitative methods. The number of samples in this study was set at 100 respondents. Based on the results of testing the hypothesis showing that the value of 5.725 is 1.66039 and has a significance value of $0.000 < 0.05$, this study supports the hypothesis that trust has a significant and positive effect on purchasing decisions online household equipment. This means that if the trust consisting of objects, attributes, and benefits provided is good, then it can affect the level of purchasing decisions for online household appliances by Tokopedia users in Madiun.

Keywords: *trust, purchase decision*