

**PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT MEMBELI ULANG DENGAN
KEGUNAAN YANG DIRASAKAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA *E-
COMMERCE SHOPEE***

FIRA MALINDA

1707617064



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan pada Fakultas Ekonomi**

Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

***THE EFFECT OF TRUST ON REPURCHASE INTENTION WITH PERCEIVED
USEFULNESS AS INTERVENING VARIABLE IN E-COMMERCE SHOPEE***

FIRA MALINDA

1707617064



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

*Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of Education at
Faculty of Economics State University of Jakarta*

BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM

FACULTY ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2021

ABSTRAK

Fira Malinda, 2021: Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Membeli Ulang dengan Kegunaan Yang Dirasakan sebagai Variabel *Intervening* pada *E-commerce* Shopee. Skripsi, Jakarta: Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Ryna Parlyna, M.B.A dan Dra, Basrah Saidani, M.Si.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kegunaan yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan terhadap niat membeli ulang, kepercayaan terhadap niat membeli ulang, kepercayaan terhadap niat membeli ulang melalui kegunaan yang dirasakan sebagai *intervening*. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Survei dengan kuesioner dilakukan sebagai metode pengumpulan data. Sampel dalam penelitian ini adalah Masyarakat yang pernah berbelanja minimal satu kali dalam kurun waktu enam bulan terakhir pada aplikasi Shopee dan berdomisili di DKI Jakarta. Total sampel yang digunakan adalah 230 Responden. Dalam mengolah dan menganalisis data untuk mendapatkan hasil penelitian ini digunakan program SPSS versi 25 dan Structural Equation Model (SEM) AMOS versi 21. Hasil penelitian ini menunjukkan, (1) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kegunaan Yang Dirasakan, (2) Kegunaan Yang Dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Membeli Ulang, (3) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Membeli Ulang, (4) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Membeli Ulang dengan Kegunaan Yang Dirasakan sebagai *Intervening*.

Kata kunci: Kepercayaan, Kegunaan Yang Dirasakan, Niat Membeli Ulang

ABSTRACT

Fira Malinda, 2021: The Effect of Trust on Repurchase Intentions with Perceived Usefulness as an Intervening Variable in Shopee E-commerce. Thesis, Jakarta: Business Education, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory Team: Ryna Parlyna, M.B.A and Dra, Basrah Saidani, M.Si.






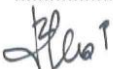

The purpose of this study was to analyze the effect of trust on perceived usefulness, perceived usefulness on repurchase intentions, trust on repurchase intentions, and trust on repurchase intentions through perceived usefulness as an intervening. The sample selection technique used is purposive sampling. A survey with a questionnaire was conducted as a data collection method. The sample in this study is people who have shopped at least once in the last six months on the Shopee application and are domiciled in DKI Jakarta. The total sample used is 230 respondents. In processing and analyzing the data to obtain the results of this study, the SPSS version 25 program and the Structural Equation Model (SEM) AMOS version 21 were used. The results of this study indicate, (1) Trust has a positive and significant effect on Perceived Usefulness, (2) Perceived Usefulness positive and significant effect on Repurchase Intention, (3) Trust has a positive and significant effect on Repurchase Intention, (4) Trust has a positive and significant effect on Repurchase Intention with Perceived Usefulness as an Intervening.

Keywords: Trust, Perceived Usefulness, Repurchase Intention



LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi			
 Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. NIP. 197207152001121001			
			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si. NIP. 196610302000121001 (Ketua Penguji)		18-08-2021
2	Dr. Corry Yohana, M.M NIP. 195909181985032011 (Penguji 1)		19-08-2021
3	Ati Sumiati, M.Si NIP. 197906102008012028 (Penguji 2)		17-08-2021
4	Ryna Parlyna, M.B.A. NIP.197701112008122003 (Pembimbing 1)		10-08-2021
5	Dra. Basrah Saidani, M.Si NIP. 196301191992032001 (Pembimbing 2)		19-08-2021
Nama : Fira Malinda No. Registrasi : 1707617064 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 6 Agustus 2021			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

PERNYATAAN ORISINILITAS

PERNYATAAN ORISINILITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademi sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum di publikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta

Jakarta, 11 Januari 2021

Yang Membuat Pernyataan



Fira Malinda

NIM. 1707617064

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Fira Malinda
NIM : 1707617064
Fakultas/Prodi : Pendidikan Bisnis
Alamat email : firamalinda99@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Membeli Ulang dengan Kegunaan Yang
Dirasakan sebagai Variabel *Intervening* pada *E-commerce* Shopee

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 16 Agustus 2021

(Fira Malinda)

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Kebiasaan kecil yang baik akan menghasilkan kualitas jiwa yang baik pula”

-Anonymous

“Kesuksesan bukan tentang seberapa banyak uang yang kamu hasilkan, tapi seberapa besar kamu bisa membawa perubahan untuk hidup orang lain”

-Michelle Obama

Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua Orangtua, kakak saya, serta teman-teman tersayang yang selalu memberikan dukungan dan nasihat yang berguna bagi hidup saya. Kepada Mam Ryna Parlyna dan Ibu Basrah Saidani yang terus membimbing, mengarahkan, dan memberikan dukungan guna penyelesaian skripsi ini.

Terimakasih atas rasa cinta dan kasih sayang serta semangat yang telah diberikan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Membeli Ulang dengan Kegunaan Yang Dirasakan sebagai Variabel *Intervening* pada *E-commerce* Shopee”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

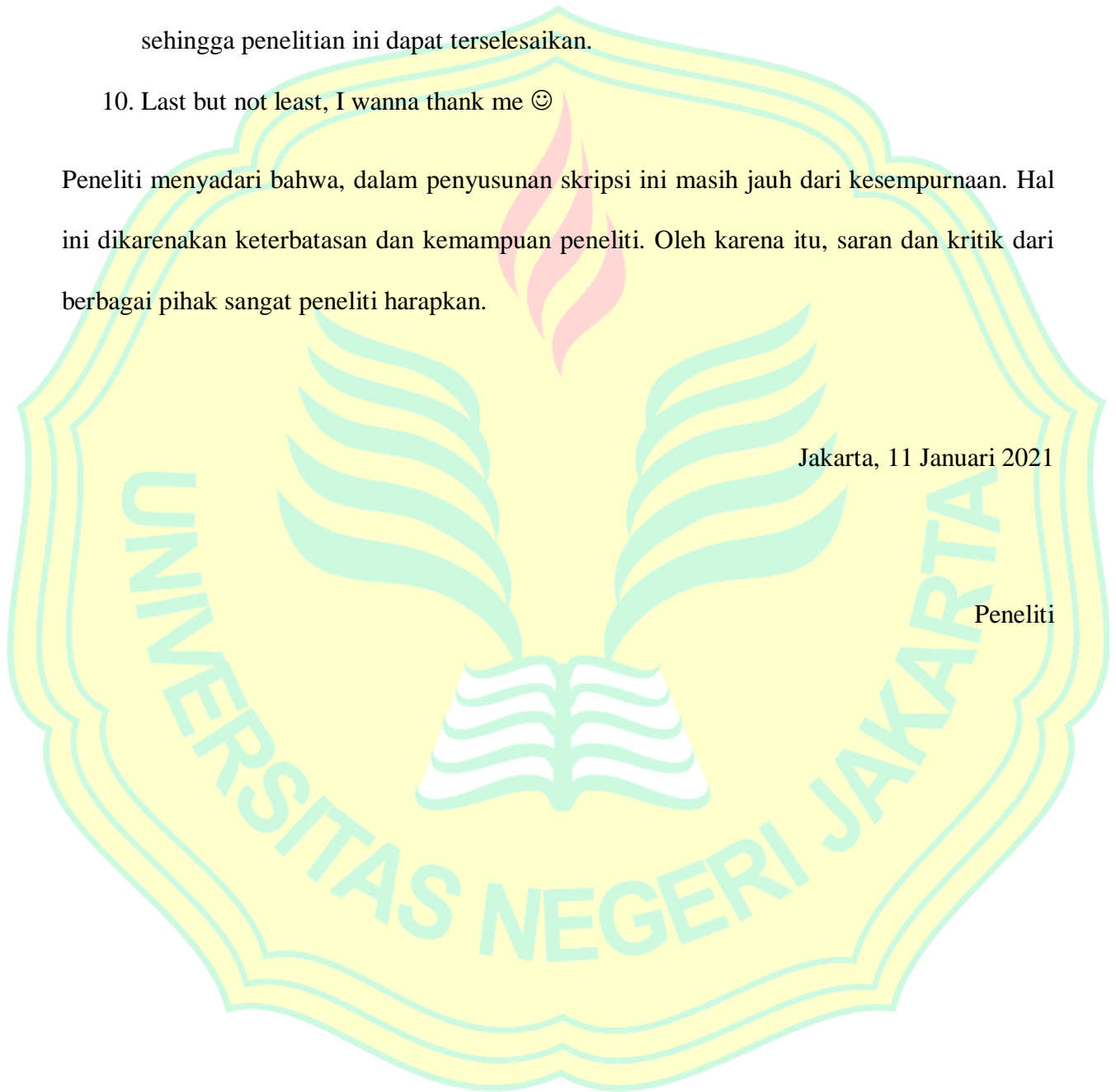
1. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Ryna Parlyna, MBA selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
3. Ryna Parlyna, MBA selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan ilmu, arahan, saran, dukungan dukungan dan motivasi dalam membimbing penulisan skripsi ini.
4. Dra. Basrah Saidani, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah mengarahkan dan membimbing saya dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Dita Puruwita, S.Pd., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan mengarahkan saya selama perkuliahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi yang telah meluangkan waktunya dalam membantu penelitian ini.

8. Kedua orang tua tercinta yaitu, Ibu Irmawati dan Bapak Faturohim, serta Kakak saya yaitu Fami Maulida yang selalu setia mendukung, menemani dan menyayangi saya dengan tulus.
9. Teman-teman seperjuangan dan juga teman-teman sebimbangan yang saling membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
10. Last but not least, I wanna thank me 😊

Peneliti menyadari bahwa, dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, 11 Januari 2021

Peneliti



DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINILITAS	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II	11
KAJIAN PUSTAKA	11
A. TEORI PENDUKUNG.....	11

1. Deskripsi Konseptual	11
2. Hasil Penelitian yang Relevan	18
B. KERANGKA TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	32
1. Kerangka Teoritik	32
2. Perumusan Hipotesis	36
BAB III	37
METODELOGI PENELITIAN	37
A. Waktu dan Tempat Penelitian	37
B. Desain Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel	40
D. Pengembangan Instrumen	42
E. Teknik Pengumpulan Data	46
F. Teknik Analisis Data	47
BAB IV	67
HASIL DAN PEMBAHASAN	67
A. Deskripsi Data	67
B. Pembahasan	93
BAB V	96
PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Implikasi	97

C. Keterbatasan Penelitian	100
D. Rekomendasi pada penelitian selanjutnya.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN-LAMPIRAN	106



DAFTAR TABEL

<u>Tabel 1.1 Hasil Survei Awal Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Membeli Ulang Pada Aplikasi Belanja <i>Online</i> Shopee</u>	6
<u>Tabel 1.2 Hasil Survei Awal Pengaruh Kegunaan Yang Dirasakan Terhadap Niat Membeli Ulang Pada Aplikasi Belanja <i>Online</i> Shopee</u>	7
<u>Tabel 2. 1 Matriks Hasil Penelitian yang Relevan</u>	23
<u>Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbandingan Jurnal</u>	26
<u>Tabel 3.1 Jumlah Sampel Menggunakan SEM</u>	41
<u>Tabel 3.2 Indikator Kepercayaan</u>	42
<u>Tabel 3.3 Indikator Kegunaan Yang Dirasakan</u>	44
<u>Tabel 3.4 Indikator Niat Membeli Ulang</u>	45
<u>Tabel 3.5 Skala Pengukuran Likert Genap</u>	46
<u>Tabel 3.6 Nilai <i>Loading Significant</i> EFA berdasarkan Jumlah Sampel</u>	48
<u>Tabel 3.7 Parsimony Fit Indices</u>	53
<u>Tabel 3.8 Pernah Berbelanja di Shopee</u>	54
<u>Tabel 3.9 Domisili Konsumen Shopee</u>	55
<u>Tabel 3.10 Jenis Kelamin Konsumen Shopee</u>	56
<u>Tabel 3.11 Usia Konsumen Shopee</u>	56
<u>Tabel 3.12 Pendidikan Terakhir Konsumen Shopee</u>	57
<u>Tabel 3.13 Status Pekerjaan Konsumen Shopee</u>	58
<u>Tabel 3.14 Status Pernikahan Konsumen Shopee</u>	59
<u>Tabel 3.15 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel Kepercayaan</u>	60

<u>Tabel 3.16 Hasil Eigenvalues Variabel Kepercayaan</u>	61
<u>Tabel 3.17 Hasil <i>Factor loading</i> dan <i>Cronbach' Alpha</i> Variabel Kepercayaan</u>	62
<u>Tabel 3.18 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel Kegunaan Yang Dirasakan</u>	63
<u>Tabel 3.19 Hasil Eigenvalues Variabel Kegunaan Yang Dirasakan</u>	63
<u>Tabel 3.20 Hasil <i>Factor loading</i> dan <i>Cronbach' Alpha</i> Variabel Kegunaan Yang Dirasakan</u> 64	
<u>Tabel 3.21 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel Niat Membeli Ulang</u>	65
<u>Tabel 3.22 Hasil Eigenvalues Variabel Niat Membeli Ulang</u>	65
<u>Tabel 3.23 Hasil <i>Factor loading</i> dan <i>Cronbach' Alpha</i> Variabel Niat Membeli Ulang</u>	66
<u>Tabel 4.1 Pernah Berbelanja di Shopee</u>	67
<u>Tabel 4.2 Domisili Konsumen Shopee</u>	68
<u>Tabel 4.3 Jenis Kelamin Konsumen Shopee</u>	69
<u>Tabel 4.4 Usia Konsumen Shopee</u>	70
<u>Tabel 4.5 Pendidikan Terakhir Konsumen Shopee</u>	71
<u>Tabel 4.6 Status Pekerjaan Konsumen Shopee</u>	72
<u>Tabel 4.7 Status Pernikahan Konsumen Shopee</u>	73
<u>Tabel 4.8 Statistika Deskriptif Variabel Kepercayaan</u>	74
<u>Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan</u>	75
<u>Tabel 4.10 Statistika Deskriptif Variabel Kegunaan Yang Dirasakan</u>	76
<u>Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kegunaan Yang Dirasakan</u> 77	
<u>Tabel 4.12 Statistika Deskriptif Variabel Niat Membeli Ulang</u>	78

<u>Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Niat Membeli Ulang</u>	78
<u>Tabel 4.14 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel Kepercayaan</u>	79
<u>Tabel 4.15 Hasil Eigenvalues Variabel Kepercayaan</u>	80
<u>Tabel 4.16 Hasil <i>Factor loading</i> dan <i>Cronbach's alpha</i> Variabel Kepercayaan.....</u>	80
<u>Tabel 4.17 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel Kegunaan Yang Dirasakan.....</u>	81
<u>Tabel 4.18 Hasil Eigenvalues Variabel Kegunaan Yang Dirasakan</u>	81
<u>Tabel 4.19 Hasil <i>Factor loading</i> dan <i>Cronbach's alpha</i> Variabel Kegunaan Yang Dirasakan</u>	82
<u>Tabel 4.20 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel Niat Membeli Ulang</u>	83
<u>Tabel 4.21 Hasil Eigenvalues Variabel Niat Membeli Ulang.....</u>	83
<u>Tabel 4.22 Hasil <i>Factor loading</i> dan <i>Cronbach's alpha</i> Variabel Niat Membeli Ulang....</u>	84
<u>Tabel 4.23 Jumlah Indikator pada CFA.....</u>	86
<u>Tabel 4.24 Hasil Pengujian GOF Full Model</u>	86
<u>Tabel 4.25 Hasil Pengujian GOF Fit Model</u>	88
<u>Tabel 4.26 Regression Weight: (Group number 1 – Default model)</u>	89
<u>Tabel 4.27 Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</u>	90
<u>Tabel 4.28 Koefisien Jalur dan <i>Standar Error</i>.....</u>	90
<u>Tabel 4.29 Hasil Pengujian Variabel <i>Intervening</i></u>	91

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 1.1: Hasil survey iPrice tentang <i>E-commerce</i> yang sering digunakan</u>	5
<u>Gambar 3.1 Konstelasi Hubungan antar Variabel</u>	39
<u>Gambar 3.2 Grafik Pernah Berbelanja di Shopee</u>	54
<u>Gambar 3.3 Grafik Domisili Konsumen Shopee</u>	55
<u>Gambar 3.4 Grafik Jenis Kelamin Konsumen Shopee</u>	56
<u>Gambar 3.5 Grafik Usia Konsumen Shopee</u>	57
<u>Gambar 3.6 Grafik Pendidikan Terakhir Konsumen Shopee</u>	58
<u>Gambar 3.7 Grafik Status Pekerjaan Konsumen Shopee</u>	59
<u>Gambar 3.8 Status Pernikahan Konsumen Shopee</u>	60
<u>Gambar 4.1 Grafik Pernah Berbelanja di Shopee</u>	67
<u>Gambar 4.2 Grafik Domisili Konsumen Shopee</u>	68
<u>Gambar 4.3 Grafik Jenis Kelamin Konsumen Shopee</u>	69
<u>Gambar 4.4 Grafik Usia Konsumen Shopee</u>	70
<u>Gambar 4.5 Pendidikan Terakhir Konsumen Shopee</u>	71
<u>Gambar 4.6 Grafik Status Pekerjaan Konsumen Shopee</u>	72
<u>Gambar 4.7 Grafik Status Pernikahan Konsumen Shopee</u>	73
<u>Gambar 4.8 <i>Output</i> Confirmatory Factor Analysis Full Model</u>	85
<u>Gambar 4.9 <i>Output</i> Confirmatory Factor Analysis (CFA)</u>	87
<u>Gambar 4.10 <i>Output</i> Hasil Pengujian Hipotesis</u>	89

DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran 1. Form Konsultasi Skripsi</u>	106
<u>Lampiran 2. Form Saran dan Perbaikan Skripsi</u>	107
<u>Lampiran 3. Kuesioner Survei Awal</u>	108
<u>Lampiran 4. Kuesioner Pilot Study dan Penelitian (Final)</u>	110
<u>Lampiran 5. Jawaban Pertanyaan Responden Pilot Study</u>	114
<u>Lampiran 6. Hasil <i>Exploatory Factor Analysis</i> (EFA) Pilot Study</u>	115
<u>Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas Pilot Study</u>	120
<u>Lampiran 8. Data Responden Pilot Study</u>	122
<u>Lampiran 9. Jawaban Pertanyaan Responden Kuesioner Final</u>	124
<u>Lampiran 10. Hasil <i>Exploratory Factor Analysis</i> (EFA) Final</u>	131
<u>Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas Final</u>	135
<u>Lampiran 12. <i>Output</i> Confirmatory Factor Analysis (CFA) Model Awal</u>	136
<u>Lampiran 13. <i>Output</i> Confirmatory Factor Analysis (CFA) Fit Model</u>	139
<u>Lampiran 14. <i>Output</i> Pengujian Hipotesis</u>	141
<u>Lampiran 15. <i>Output Indirect Effects</i></u>	144
<u>Lampiran 16. Data Responden Final</u>	145
<u>Lampiran 17. Daftar Riwayat Hidup</u>	155
<u>Lampiran 18. Hasil Pindai Uji Kemiripan Naskah</u>	156