



**PENGARUH KEPERCAYAAN, HARGA DAN  
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SECARA ONLINE**

(studi pada reseller BheeShop Jember)

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Meirina Kholili  
NIM. 1410411047

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2018**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Meirina Kholili

NIM : 1410411047

Prodi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **PENGARUH KEPERCAYAAN, HARGA DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE ( studi pada reseller BheeShop Jember)** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya, sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 21 Mei 2018

Peneliti,

Materai 6000

Meirina Kholili

NIM. 1410411047

SKRIPSI



PENGARUH KEPERCAYAAN, HARGA DAN  
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SECARA ONLINE

(studi pada reseller BheeShop Jember)

Oleh :

Meirina Kholili  
NIM. 14104111047

Pembimbing :

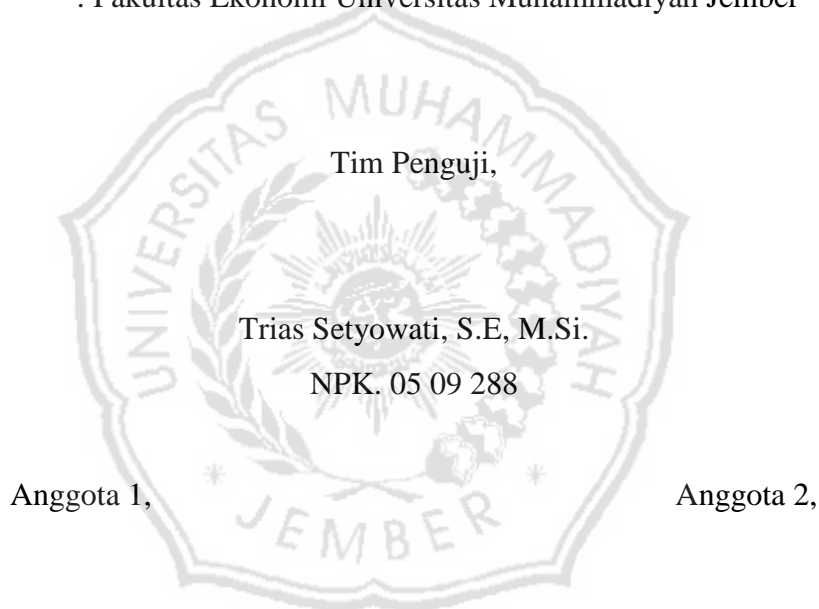
Dosen Pembimbing Utama : Drs. Anwar, M. Sc

Dosen Pembimbing Pendamping : Haris Hermawan, S.E., M.M.

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Pengaruh Kepercayaan, Harga dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian secara online pada reseller BheeShop Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari :  
Tanggal :  
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember



Drs. Anwar, M.Sc  
NPK. 85 03 125

Haris Hermawan, S.E.M.M.  
NPK. 15 03 640

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, M.Si.  
NPK. 01 09 289

Drs. Anwar, M.Sc  
NPK. 85 03 125

## MOTTO

*"Barang siapa yang bersungguh sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri"*

**(QS. Al-Ankabut : 6)**

*"Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan kepada Allah dengan sabar dan shalat, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar."*

**(QS. Al-Baqarah : 153)**

*Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."*

**(QS. Al-Baqarah : 286)**

*"Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah"*

**(HR. Turmudzi)**

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Orang tua saya, Ayah H.Kholili dan ibu Hj.Rusminingseh yang selalu memberikan kasih sayang dan dukungan moral dan materi sehingga penulis bisa menyelesaikan karya sederhana namun sangat berharga ini.
2. Saudara kandung serta keluarga besar yang senantiasa memberikan nasihat dan semangat dalam setiap langkah meraih cita-cita.
3. Trias Setyowati,S.E.M,Si. selaku ketua penguji, yang telah membantu dalam proses menyelesaikan tugas skripsi.
4. Drs. Anwar,M.Sc, selaku Dosen Pembimbing I yang selalu mengarahkan penulis dalam menyelesaikan tugas skripsi.
5. Haris Hermawan, S.E.M.M, Selaku Dosem Pembimbing II yang senantiasa mengarahkan dan memberikan masukan dalam menyelesaikan tugas skripsi.
6. Sahabat saya, (alm) Aprilia Dita Anggraini, Lailatul Qudriyah, Dwi Ummul Hasanah, Verawati dan segenap angkatan 2014 dan Managemen kelas A. Terimah kasih kalian menemani selama 4 tahun berjuang bersama.
7. Teman KKN kelompok 11, terimah kasih telah memberikan pengalaman yang sangat berkesan dan menjadi keluarga baru.
8. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Jember yang kubanggakan dan kucintai.

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan, harga dan kemudahan pada keputusan pembelian secara *online*. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 200 dalam kurun waktu 2017 dan sampel 67 responden yang merupakan pelanggan BheeShop. Tehnik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*. Metode pengumpulan data dengan kuesioner. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak signifikan, sedangkan variabel harga dan kemudahan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian secara online. Dari perhitungan uji F variabel harga dan kemudahan yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online*. Selain uji F dan t, uji  $R^2$  diketahui nilai 0,299. Hasil penelitian menjelaskan bahwa bisnis online yang dijalankan BheeShop cenderung masih belum mendapatkan kepercayaan sepenuhnya dari pelanggan, meskipun dengan menunjukkan gambar asli dari produk BheeShop.

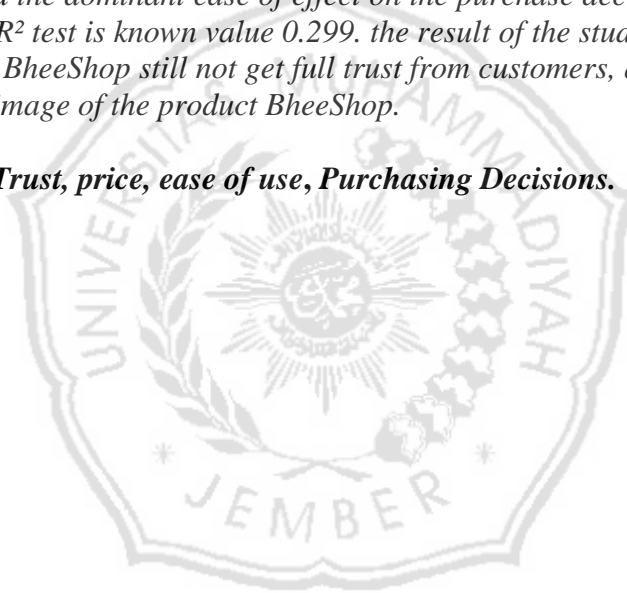
**Kata Kunci: Kepercayaan, Harga, Kemudahan, Keputusan Pembelian.**



## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to know how the influence of trust, price and ease of purchasing decisions online. This type of research used is quantitative. Population in this study as much as 200 within the period of 2017 and a sample of 67 respondents who are BheeShop customers. Data collection techniques with questionnaires. Data analysis using descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The results showed that the variable of trust is not significant, while the price and convenience variables together significantly influence the purchase decision online. Of the calculation of the F test of price variables and the dominant ease of effect on the purchase decision online. Besides F and t test,  $R^2$  test is known value 0.299. the result of the study explain that online business run BheeShop still not get full trust from customers, although by showing the original image of the product BheeShop.*

**Keywords:** *Trust, price, ease of use, Purchasing Decisions.*





## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Segala puji hanya milik Allah subhanahu wa ta'ala, yang telah memberikan hidayah dan inayah-Nya kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Harga dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian secara online pada reseller BheeShopJember”.

Peneliti sadar bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dari pihak lain, sehingga peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, M.Si. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember
2. Drs. Anwar, M.Sc. sebagai Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammdiyah Jember
3. Trias S,S.E,M.Si. sebagai Dosen Penguji yang telah memberikan saran, kritik dan bimbingan kepada peneliti
4. Drs. Anwar, M.Sc. sebagai Dosen Pembimbing Utama dan Haris Hermawan, S.E., M.M. sebagai Dosen Pembimbing Pendamping yang telah sabar memberikan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember
6. Kedua orang tua tercinta, atas semua dukungan yang kalian berikan
7. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki beberapa kekurangan. Peneliti menerima segala saran dan kritik dari pembaca sebagai bahan evaluasi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti, penelitian selanjutnya, pembaca dan bagi almamater tercinta.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Hormat saya,

Meirina Kholili

## DAFTAR ISI

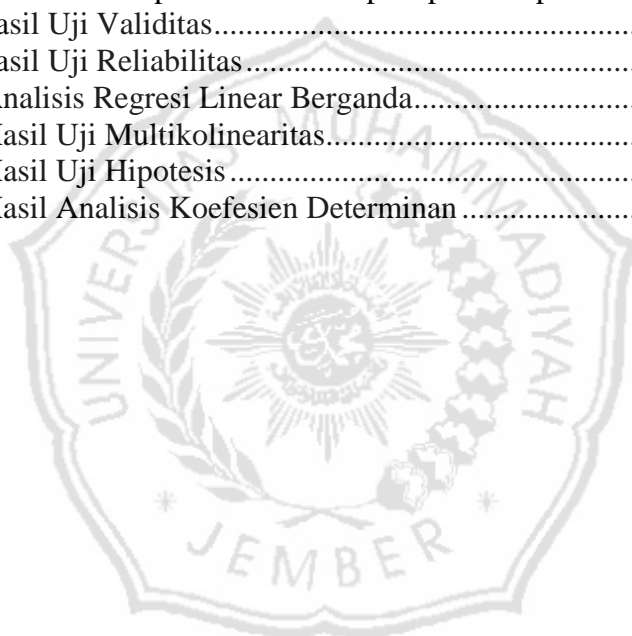
	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3.Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori .....	9
2.2 Penelitian Terdahulu .....	32
2.3 Kerangka Konseptual.....	35
2.4 Hipotesis Penelitian .....	35
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1. Identifikasi Variabel .....	38
3.2. Definisi Operasional .....	39
3.3. Metode penelitian sampel .....	42
3.3.1 Populasi .....	42
3.3.2 Sampel .....	42
3.4. Metode Pengumpulan data.....	44
3.4.1 Jenis dan sumber data .....	44
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6. Metode analisis Data.....	46
3.6.1 Uji Validitas Instrumen.....	46
3.6.2 Uji Reliabilitas Instrumen .....	47
3.7. Uji Asumsi Klasik.....	47
3.7.1 Uji Multikolonieritas .....	48
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas .....	48
3.7.3 Uji Normalitas .....	49
3.8. Statistik Deskriptif .....	49
3.9. Analisis Regresi Linier Berganda .....	50
3.10. Uji Hipotesis .....	50

3.10 Uji t .....	50
3.11. Analisis Koefisien Determinasi .....	51
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1. Gambaran Umum BheeShop Jember .....	52
4.2. Analisis Statistik Deskriptif .....	55
4.3. Hasil Analisis Data .....	62
4.3.1 Uji Instrumen Data .....	62
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	65
4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....	66
4.3.4 Uji Hipotesis .....	70
4.3.5 Analisis Koefisien Determinasi .....	71
4.4. Pembahasan .....	72
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>75</b>
5.1. Kesimpulan .....	75
5.2. Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>79</b>



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data penjualan BheeShop Jember.....	5
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 4.1. Jenis kelamin responden .....	55
Tabel 4.2. Usia Responden.....	55
Tabel 4.3. Pekerjaan Responden .....	56
Tabel 4.4. Frekuensi Jawaban Terhadap Kepercayaan .....	56
Tabel 4.5. Frekuensi Responden Terhadap Harga .....	58
Tabel 4.6. Frekuensi Responden Terhadap Kemudahan.....	59
Tabel 4.7. Frekuensi Responden Terhadap Keputusan pembelian.....	60
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.10 Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4.12. Hasil Uji Hipotesis .....	71
Tabel 4.13. Hasil Analisis Koefesien Determinan .....	72



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Data Jumlah pengguna Internet.....	2
Gambar 2.1. Proses Keputusan Pembelian .....	20
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual .....	35
Gambar 4.1. Stuktur Organisasi BheeShop.....	53
Gambar 4.2. Uji Multikolinearita.....	67
Gambar 4.3. Uji Normalitas .....	69
Gambar 4.4. Uji Normalitas .....	70



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 2. Rekapitulasi Data.....	83
Lampiran 3. Output SPSS : Frekuensi Jawaban Responden.....	86
Lampiran 4. Output SPSS : Uji Instrumen Penelitian.....	94
Lampiran 5. Output SPSS : Analisis Regresi, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis dan Koefisien Determinasi .....	100



## DAFTAR PUSTAKA

Andy dkk, 2014. *Pengaruh kepercayaan dan kenyamanan terhadap keputusan pembelian online di situs Website Ride Inc.* JURNAL administrasi bisnis.

Arikunto, Suharsimi, 2006.” *Metodologi penelitian*” Yogyakarta. Bima Akasar.

Chen, S.C., & Dhilon, G.S. 2003. *Interpreting Dimensions of Consumer Trust in. E-commerce. Information Technology and Management*, 4,303-318. Engel, Blackwell dan Miniard. 1994. *Perilaku konsumen*. Jakarta: Binarupa. Aksara.

Drs. Herman Darmawi. 2005. *Manajemen Resiko*. Bagian Penerbit PT Bumi Akasara, Jakarta.

Davis. F. D (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of use Acceptance of information Technology*. Vol 13 no 5pp319-339.

Ferdinand, Augusty Tac, 2006. *Metode penelitian Manajemen: pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, dan disertai ilmu manajemen*. Badan penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Fiqi, Rizal. 2017. *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli online di bukalapak*. Universitas Muhammadiyah Jember

Ghozali, Imam. 2012. “ *Persepsi resiko melakukan E-Commerce dengan kepercayaan konsumen dalam membeli produk Fashion melalui Online*. skripsi

<https://amoraindonesia.files.wordpress.com/2016/12/grafik-pembeli-online.jpg>

<https://analisis-statistika.blogspot.co.id/2012/09menentukan-jumlah-sampel-dengan-rumus.htmlm=1>

<https://en.wikipedia.org>

[http://id.wikipedia.org/wiki/perilaku\\_konsumen](http://id.wikipedia.org/wiki/perilaku_konsumen)

Imam Ghozali, (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan progam SPSS*. Semarang, badan Penerbit Universitas Diponegoro.

John C. Mowen, Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi kelima, jilid 1, Terjemahan Erlangga , Jakarta.

Kharisma dkk (2015). *Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Minat dan Keputusan pembelian secara online survei pada konsumen [www.ardiansmx.com](http://www.ardiansmx.com)*. Universitas Brawijaya

Kotler, Philip dan Gary Armstrong 2006. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 12, Jilid 2, Terjemahan Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*, edisi 12, jilid 1. Jakarta PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. PT Indeks. Jakarta Erlangga.

Laudon, Kenneth C. 2012. “ *Managemen pemasaran dan perilaku Konsumen*. Edisi kedua belas. Jilid 1, PT Indeks. Jakarta.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif dan kuantitatif dan RAD*. Bandung, Alfabeta.

Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta.

Schiffman and Kanuk, 2000. *Consumer Behavior*. Seventh Edition. USA: Prentice Hall, inc.

Nazaruddin Hamzah ,2014. *Pengaruh kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online di situs d'bc network*



*oriflamme* . JURNAL. Dosen jurusan Administrasi Bisnis  
Manajemen Politeknik Negeri Kupang.

