

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEGUNAAN,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG
KONSUMEN TOKOPEDIA DI JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

ANGGA RESTU EFENDI

16.1041.1039

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2021**

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEGUNAAN,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG
KONSUMEN TOKOPEDIA DI JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

ANGGA RESTU EFENDI

16.1041.1039

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2021**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Angga Restu Efendi
NIM : 1610411039
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEGUNAAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN TOKOPEDIA DI JEMBER; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sebenarnya. Belum pernah diajukan kepada 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 di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 17 Februari 2021

Yang menyatakan,



Angga Restu Efendi
NIM. 16.1041.1039

SKRIPSI

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEGUNAAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN
TOKOPEDIA DI JEMBER**

Oleh :

ANGGA RESTU EFENDI

NIM. 16.1041.1039

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : **Budi Santoso, S.E., MM.**

Dosen Pembimbing Pendamping : **Haris Hermawan, S.E., MM.**




PENGESAHAN

Skripsi berjudul; *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kegunaan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Tokopedia di Jember*, telah di uji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 23 Februari 2021
Tempat : Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,


Trias Setyowati, S.E., M.M.
NPK : 05 09 477

Anggota 1,



Budi Santoso, SE.,MM. MAk
NPK : 10 03 711

Anggota 2,



Dr. Haris Hermawan, S.E., M.M.
NPK : 15 03 643

Mengesahkan :

Dekan,



Maheni Ika Sari, S.E., M.M.
NIP : 197708112005012001

Ketua Program Studi,



Achmad Hasan H., S.E., M.M.
NPK : 0714058604

MOTTO

“Apa gunanya ilmu kalau tidak memperluas jiwa seseorang sehingga ia berlaku seperti semudera yang menampung sampah-sampah”

(Muhammad Ainun Nadjib)

“Orang yang paling disukai Allah adalah orang yang hidupnya bermanfaat bagi orang lain”

(KH. Anwar Zahid)

“Untuk mencapai tujuan akhirmu, kamu harus bersabar”

(Angga Restu Efendi)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasihNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Khoiri dan ibu Jarwati yang telah membimbing dan mendidik saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta selalu mendukung dan menyemangati saya sampai skripsi ini selesai.
2. Adik saya Elga Saputra dan Indah Sukmawati tercinta.
3. Dosen pembimbing terbaik saya, Budi Santoso, S.E., M.M dan Dr. Haris Hermawan, S.E., M.M. yang selalu membimbing dan memberikan arahan kepada saya dengan sabar serta bijaksana dalam proses mengerjakan Skripsi ini. Saya ucapkan terima kasih atas bimbingan dan bekal ilmu yang diberikan, semoga Allah SWT mengganti dengan limpahan pahala. Aamiin.
4. Bapak Ibu dosen Prodi Manajemen yang sudah membimbing dan mendidik saya dengan sabar dan ikhlas.
5. Yang telah mendampingi saya dan menyemangati saya setiap hari Reza Aulia.
6. Sahabatku Umar Salim, Arik Bagus, Fahru Yusuf, Yongki Andreas, Goval Chandra, Angga Wahyu, Linda Sukmawati, Ira Novita, Nadia Mutia, Nadia Dwi, Nurul, Evi yang selalu memberi semangat serta dorongan kepada saya.
7. Teman-teman Manajemen kelas A serta Teman-teman seperjuangan angkatan 2016, Terimakasih untuk waktu dan kebersamaan kalian.
8. Almamater kebanggaan saya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

KATA PENGANTAR

Puji syukur syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kegunaan, dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Tokopedia di Jember”.

Pada kesempatan kali ini saya menyampaikan rasa terimakasih kepada berbagai pihak atas bimbingan, bantuan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu saya mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Dr. Hanafi M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Maheni Ika Sari, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Dr. Haris Hermawan, S.E., M.M. selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu Trias Setyowati, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Budi Santoso, S.E., M.M. selaku Dosen pembimbing I dan Bapak Dr. Haris Hermawan, S.E., M.M. selaku Dosen pembimbing ke II yang telah membimbing serta memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh staf karyawan, dosen dan bagian pengajaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
7. Seluruh keluarga besar Manajemen A 2016
8. Almamaterku yang selalu saya cintai dan banggakan.

Dalam penulisan skripsi ini saya menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Maka dari itu saya mohon kritik dan sarannya yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jember, 17 Februari 2021
Penulis,

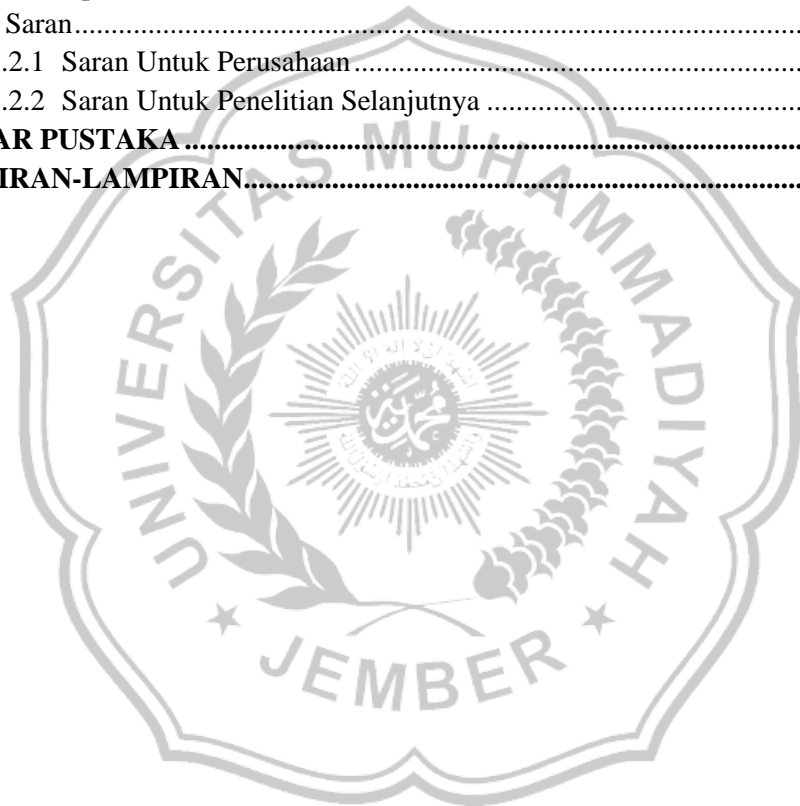
Angga Restu Efendi
NIM 16.1041.1039

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN PENULIS	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Teori	9
2.1.1 Teori Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 <i>E-commerce</i>	9
2.1.3 <i>Tecnology Acceptance Model (TAM)</i>	10
2.1.4 Kemudahan Penggunaan	10
2.1.5 Kegunaan	11
2.1.6 Kepercayaan	12
2.1.7 Minat Beli Ulang	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15
2.3 Kerangka Konseptual	18
2.4 Hipotesis Penelitian	19
2.4.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli Ulang	19
2.4.2 Pengaruh Kegunaan terhadap Minat Beli Ulang	20
2.4.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang.....	20
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Identifikasi Variabel	21
3.2 Definisi Operasional Variabel	21

3.3	Desain Penelitian.....	23
3.4	Jenis dan Sumber Data	23
3.4.1	Jenis Data.....	23
3.4.2	Sumber Data	23
3.5	Populasi dan Sampel	24
3.5.1	Populasi	24
3.5.2	Sampel	24
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.7	Teknik Analisis Data.....	25
3.8	Uji Instrumen.....	25
3.8.1	Uji Validitas Data.....	25
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	26
3.9	Analisis Regresi Linier Berganda	27
3.10	Uji Asumsi Klasik.....	27
3.11	Uji Hipotesis	28
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1	Gambaran Umum	32
4.1.1	Gambaran Umum Tokopedia	32
4.1.2	Aspek <i>Financial</i> Tokopedia	34
4.1.3	Aspek Sumber Daya Manusia	34
4.1.4	Produk Tokopedia.....	36
4.2	Karakteristik Respondent	37
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	38
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Aplikasi Tokopedia	38
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	39
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
4.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis yang Sering Dibeli	40
4.3	Analisis Indeks Jawaban Respondent	40
4.4	Hasil Uji Instrumen	44
4.4.1	Uji Validitas.....	44
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	45
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda	46
4.6	Uji Asumsi Klasik.....	47
4.6.1	Uji Multikolinearitas.....	47
4.6.2	Uji Heteroskedesitas	48
4.6.3	Uji Normalitas Data.....	48

4.7 Uji Hipotesis.....	49
4.7.1 Uji t.....	49
4.8 Penguji Hipotesis	50
4.8.1 Pengujian Hipotesis 1	50
4.8.2 Pengujian Hipotesis 2	50
4.8.3 Pengujian Hipotesis 3	51
4.9 Pembahasan.....	51
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran.....	54
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	54
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	63



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Persaingan <i>E-commerce</i> Indonesia Kuartal 4 Tahun 2020	4
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	38
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan	39
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	39
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk yang Sering di Beli Pada Aplikasi Tokopedia.....	40
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel (X1).....	41
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel (X2).....	42
Tabel 4.10 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel (X3).....	43
Tabel 4.11 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel (Y).....	43
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linier Berganda	46
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	49
Tabel 4.17 Pengujian Hipotesis.....	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung Tokopedia	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	19
Gambar 4.1 Uji Heteroskedesitas.....	47
Gambar 4.2 Uji Normalitas	48



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	63
Lampiran 2 Identitas Responden.....	67
Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban Responden.....	74
Lampiran 4 Uji Validitas.....	83
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	87
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik.....	88
Lampiran 7 Regresi Linier Berganda.....	90

