

**PENGARUH KEAMANAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN  
TERHADAP MINAT BELI ULANG SECARA *ONLINE* DI  
TOKOPEDIA**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Tokopedia Di Wilayah Jakarta)**

***THE EFFECT OF CONSUMER SECURITY AND TRUST ON ONLINE  
BUYING INTEREST IN TOKOPEDIA  
(Case Study on Tokopedia Consumers in The Jakarta Area)***

**Oleh:**

**Agustha Chelsea Kurniasari**

**2017410121**

**SKRIPSI**



**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA**

**2022**

**PENGARUH KEAMANAN DAN KEPERCAYAAN  
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG SECARA  
ONLINE DI TOKOPEDIA**

**( Studi Kasus Pada Konsumen Tokopedia di Wilayah DKI JAKARTA )  
THE EFFECT OF CONSUMER SECURITY AND TRUST ON ONLINE  
BUYING INTEREST IN TOKOPEDIA**

**( Case Study on Tokopedia Consumers in The Jakarta Area )**

Oleh:


**Agustha Chelsea Kurniasari**

**2017410121**

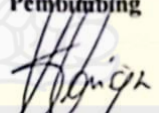
**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana dalam ilmu  
Ekonomi Kosentrasi Manajemen pada Universitas Darma Persada


Telah disetujui oleh Tim Penguji pada: 15 Agustus 2022  
Jakarta,

  
Dr. Firsan Nova, S.E.,M.M

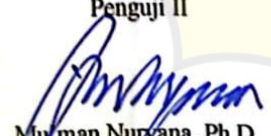
**Pembimbing**

  
Drs. Farzi Baisyir, M.M


**Penguji I/Ketua**

  
Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M

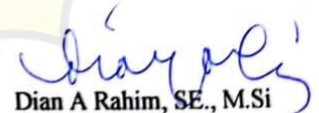
**Penguji II**

  
Mu'man Nuryana, Ph.D

**Dekan Fakultas Ekonomi**

  
Dr. Firsan Nova, S.E., M.M

**Penguji III**

  
Dian A Rahim, SE., M.Si

**Ketua Jurusan Manajemen**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agustha Chelsea Kurniasari

Nim : 2017410121

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul **“Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang Secara *Online* di Tokopedia (Studi Kasus Pada Konsumen Tokopedia di Wilayah Jakarta)”** dibawah bimbingan Dr. Firsan Nova adalah benar merupakan hasil penelitian saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil penelitian skripsi orang lain. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya sendiri bersedia mempertanggungjawabkan. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 05 Agustus 2022



Agustha Chelsea Kurniasari

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh minat beli ulang konsumen kepada pengguna Tokopedia. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner pada 100 pengguna Tokopedia. Sampel diambil dengan *non probability sampling* berupa *purposive sampling*. Pengujian keamanan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda dan regresi linear sederhana, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas) dilakukan sebagai persyaratan statistik yang harus dipenuhi dalam melakukan analisis regresi linear (sederhana dan berganda). Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji F, secara parsial menggunakan uji T. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keamanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang dengan probabilitas  $0,000 < 0,05$ . Untuk variabel Keamanan dengan probabilitas  $0,000 < 0,05$ . Untuk variabel Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang dengan probabilitas  $0,000 < 0,05$ .

**Kata Kunci: Keamanan, Kepercayaan Konsumen dan Minat Beli Ulang**

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the influence of consumer repurchase interest to Tokopedia users. This study was conducted using data collection methods by distributing questionnaires to 100 Tokopedia users. Samples were taken with non-probability sampling in the form of purposive sampling. Security testing in this study using the validity and reliability test. Data were analyzed using multiple regression analysis and simple linear regression, clational assumption test (normality test, multicollinearity test, autocorrelation test and heteroskedasticity test) performed as statistical requirements that must be met in performing linear regression analysis (simple and multiple). Hypothesis testing simultaneously using the F test, partially using the T test. The results showed that there is a significant influence on the security and consumer confidence in repurchase interest with a probability of  $0.000 < 0.05$ . For security variables with probability  $0.000 < 0.05$ . For consumer confidence variable to repurchase interest with a probability of  $0.000 < 0.05$ .*

***Keywords: security, consumer confidence and repurchase interest***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Tuhan YME berkat karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Universitas Darma Persada, Jakarta.

Atas Rahmat Tuhan YME, akhirnya penulis bisa menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang Secara *Online* di Tokopedia (Studi Kasus Pengguna Tokopedia di Wilayah Jakarta)”** yang difokuskan pada pengguna Tokopedia di Wilayah Jakarta. Skripsi ini merupakan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata-1 (S1) Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonom Universitas Darma Persada.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga terselesainya skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Firsan Nova selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Mu'man Nuryana Ph.D, S.E., M.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E., M selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Bapak Drs. Fauzi Baisyir, MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Segenap dosen Program S-1 Manajemen, atas ilmu yang telah diberikan selama peneliti menyelesaikan studi di Universitas Darma Persada
6. Teristimewa kepada Orang Tua penulis Bapak Florentinus Bambang



Sugeng dan Ibu Suti Wulandjari yang selalu mendoakan dan atas segala kasih sayang, memberikan motivasi dan pengorbanannya baik dari segi moral dan material kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, semoga pencapaian ini dapat sedikit membahagiakan kalian.

7. Kakak kandung Billy Putra Sanjaya dan adik kandung Adeline Angeline Kana atas segala bantuan baik berupa semangat ataupun dukungan selama masa studi ini berlangsung.
8. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis secara langsung maupun tidak langsung untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 15 Agustus 2022

AGUSTHA CHELSEA KURNIASARI

# DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN .....</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah .....	18
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	18
1.2.2 Pembatasan Masalah .....	18
1.2.3 Rumusan Masalah .....	19
1.3 Tujuan Penelitian .....	19
1.4 Kegunaan Penelitian .....	20
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	20
1.4.2 Manfaat Praktis .....	20
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>21</b>
2.1 Landasan Teori .....	21
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	21
2.1.2 Komunikasi Pemasaran .....	25
2.1.3 Keamanan .....	26
2.1.4 Kepercayaan Konsumen .....	28
2.1.5 Minat Beli Ulang .....	32
2.2 Penelitian Terdahulu .....	35
2.3 Kerangka Pemikiran .....	39
2.4 Hipotesis Penelitian .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1 Metode Yang Digunakan .....	42
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian .....	43
3.3 Operasional Variabel .....	43
3.3.1 Variabel Bebas (Variabel Independen) .....	43
3.3.2 Variabel Terikat (Variabel Dependen) .....	44
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data .....	47
3.4.1 Lokasi Penelitian .....	47
3.4.2 Jenis dan Sumber Data .....	47
3.4.3 Cara Penentuan Data .....	47



3.4.4 Teknik Sampling .....	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis .....	53
3.6.1 Rancangan Analisis.....	53
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	55
3.6.3 Alat Analisis dan Uji Hipotesis .....	57
3.6.4 Uji Hipotesis .....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>65</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	65
4.2 Hasil Penelitian.....	66
4.2.1 Profil Responden .....	66
4.2.2 Tanggapan Responden Tentang Variabel yang Diteliti .....	68
4.3 Uji Keabsahan Data .....	90
4.3.1 Uji Validitas .....	90
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	94
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	94
4.4.1 Uji Normalitas .....	94
4.4.2 Uji Multikolonieritas.....	98
4.4.3 Uji Heteroskedasitas .....	99
4.4.4 Uji Autokorelasi.....	100
4.5 Analisis Data.....	101
4.5.1 Analisis Regresi Berganda .....	101
4.6 Analisis Linier Sederhana .....	102
4.7 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	104
4.8 Uji Hipotesis .....	106
4.8.1 Uji F (Uji Simultan) .....	106
4.8.2 Uji Parsial (Uji T) .....	108
4.8.3 Pembahasan dan Pemecahan Masalah .....	109
4.9 Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang .....	110
.....	110
4.10 Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Beli Ulang .....	111
4.11 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang .....	111
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>113</b>
5.1 Kesimpulan .....	113
5.2 Saran .....	113
DAFTAR PUSTAKA .....	115
DAFTAR LAMPIRAN .....	119

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>E-commerce</i> Dengan Pengunjung Terbesar .....	6
Tabel 1.2 Keluhan Konsumen Tokopedia .....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	35
Tabel 3.1 Definisi Operasi Variabel.....	44
Tabel 3.2 Skala Likert .....	51
Tabel 3.3 Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi .....	56
Tabel 3.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	62
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	67
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	68
Tabel 4.3 Tanggapan Keamanan Pertanyaan 1 .....	69
Tabel 4.4 Tanggapan Keamanan Pertanyaan 2.....	70
Tabel 4.5 Tanggapan Keamanan Pertanyaan 3.....	71
Tabel 4.6 Tanggapan Keamanan Pertanyaan 4.....	72
Tabel 4.7 Tanggapan Keamanan Pertanyaan 5.....	73
Tabel 4.8 Uji Tanggapan Kepercayaan Konsumen Pertanyaan 1 .....	74
Tabel 4.9 Uji Tanggapan Kepercayaan Konsumen Pertanyaan 2.....	75
Tabel 4.10 Uji Tanggapan Kepercayaan Konsumen Pertanyaan 3 .....	76
Tabel 4.11 Uji Tanggapan Kepercayaan Konsumen Pertanyaan 4 .....	77
Tabel 4.12 Uji Tanggapan Kepercayaan Konsumen Pertanyaan 5 .....	78
Tabel 4.13 Uji Tanggapan Kepercayaan Konsumen Pertanyaan 6 .....	79
Tabel 4.14 Uji Tanggapan Minat Beli Ulang Pertanyaan 1 .....	80
Tabel 4.15 Uji Tanggapan Minat Beli Ulang Pertanyaan 2.....	81
Tabel 4.16 Uji Tanggapan Minat Beli Ulang Pertanyaan 3.....	81
Tabel 4.17 Uji Tanggapan Minat Beli Ulang Pertanyaan 4.....	82
Tabel 4.18 Uji Tanggapan Minat Beli Ulang Pertanyaan 5.....	83
Tabel 4.19 Uji Tanggapan Minat Beli Ulang Pertanyaan 6.....	84
Tabel 4.20 Uji Tanggapan Minat Beli Ulang Pertanyaan 7.....	85
Tabel 4.21 Uji Tanggapan Minat Beli Ulang Pertanyaan 8.....	86

Tabel 4.22 Uji Tanggapan Minat Beli Ulang Pertanyaan 9.....	87
Tabel 4.23 Uji Tanggapan Minat Beli Ulang Pertanyaan 10.....	88
Tabel 4.24 Uji Tanggapan Minat Beli Ulang Pertanyaan 11 .....	89
Tabel 4.25 Uji Tanggapan Minat Beli Ulang Pertanyaan 12.....	90
Tabel 4.26 Instrumen Per Item Pernyataan Untuk Variabel Keamanan.....	91
Tabel 4.27 Instrumen Per Item Pernyataan Untuk Variabel Kepercayaan Konsumen.....	92
Tabel 4.28 Instrumen Per Item Pernyataan Untuk Variabel Minat Beli Ulang ..	93
Tabel 4.29 Hasil Uji Variabel Keamanan dan Kepercayaan Konsumen dan Minat Beli Ulang.....	94
Tabel 4.30 <i>One - Sample Kolomogrovon – Smirnov test</i> .....	97
Tabel 4.31 Hasil Uji Multikolonieritas.....	98
Tabel 4.32 Hasil Uji Autokorelasi .....	100
Tabel 4.33 Analisis Regresi Berganda .....	102
Tabel 4.34 Parameter Kuantitatif Linier Sederhana Variabel Keamanan Terhadap Minat Beli Ulang.....	103
Tabel 4.35 Parameter Kuantitatif Linier Sederhana Variabel Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang.....	104
Tabel 4.36 Parameter Kuantitatif Korelasi Variabel Keamanan Terhadap Minat Beli Ulang.....	105
Tabel 4.37 Parameter Kuantitatif Korelasi Variabel Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang .....	106
Tabel 4.38 Parameter Kuantitatif Uji F Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang.....	107
Tabel 4.39 Parameter Kuantitatif Uji T.....	108
Tabel 4.40 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	109

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	40
Gambar 4.1 Uji Normalitas .....	95
Gambar 4.2 Uji Normalitas dengan Normal P - Plot .....	96
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	99

