

**PENGARUH ULASAN PRODUK, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN
TRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK BUNGA
MELALUI *E-COMMERCE* DI CITRA FLORIST SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :
INDAH ALVIN MUFIDA R.F
NPM : 18024010117

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2023**

**PENGARUH ULASAN PRODUK, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN
TRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK BUNGA
MELALUI E-COMMERCE DI CITRA FLORIST SURABAYA**

Oleh:

INDAH ALVIN MUFIDA R.F
NPM 18024010117

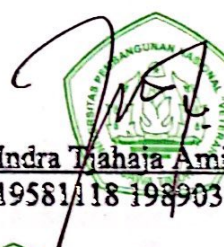
Telah diterima pada tanggal
14 Desember

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping


Pembimbing Utama


Ir. Sri Widayanti, MP
NIP. 19620106 199003 2001


Dr. Ir. Indra Trihaja Amir, MP
NIP. 19581118 198903 1001

Mengetahui,

Plt Koordinator Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Nurrah Yuliaty, MP
NIP. 19620712 199103 2001

**PENGARUH ULASAN PRODUK, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN
TRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK BUNGA
MELALUI E-COMMERCE DI CITRA FLORIST SURABAYA**

Oleh:

INDAH ALVIN MUFIDA R.F
NPM 18024010117

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji
Skripsi Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Pada Rabu 11 Januari 2023

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama


Ir. Sri Widayanti, MP
NIP. 19620106 199003 2001



Dr. Ir. Indra Tahaja Amir, MP
NIP. 19581118 198903 1001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

plt. Koordinator
Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Wanti Mindari, MP
NIP. 19631208 199003 2001


Dr. Ir. Nuriah Yuliaty, MP
NIP. 19621114 198803 2001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2022 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No.17 Tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul: Pengaruh Ulasan Produk, Kepercayaan, dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Beli Ulang Produk Bunga Melalui E-Commerce Di Citra Florist Surabaya menyatakan bahwa skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 19 Januari 2023
Yang Membuat Pernyataan,



INDAH ALVIN MUFIDA R.F
NPM 18024010117

**PENGARUH ULASAN PRODUK, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN
TRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK BUNGA
MELALUI E-Commerce DI CITRA FLORIST SURABAYA**

*THE EFFECT OF PRODUCT REVIEWS, TRUST, AND EASE OF
TRANSACTIONS ON INTEREST TO REPURCHASE FLOWER PRODUCTS
THROUGH E-Commerce AT CITRA FLORIST SURABAYA*

Indah Alvin Mufida R.F, Indra Tjahaja Amir, Sri Widayanti

ABSTRACT

This research is motivated by a decrease in sales and a lack of repurchase interest in E-Commerce Surabaya florist images. Meanwhile, the level of E-Commerce users in Indonesia is getting higher. arouse consumer interest to consume it again in the future. Therefore, a strategy or innovation is needed to influence repurchase intention so that in the following year there will be an increase in the number of sales through E-Commerce, the image of the Surabaya Florist. The purpose of this study was to analyze the effect of product reviews (X1), trust (X2), and ease of transaction (X3) on repurchasing interest (Y) of flower products through E-Commerce in the image of a Surabaya florist. The sample was determined using purposive sampling method. Data collection was carried out by distributing questionnaires. The data analysis method used is Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS). The results of the study show that product reviews, trust and ease of transaction have a positive and significant impact on repurchase intention.

Keywords: *E-Commerce, product reviews, consumer trust, ease of transaction, repurchase intention*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penurunan penjualan dan kurangnya minat beli ulang pada E-Commerce Citra Florist Surabaya. Sedangkan tingkat pengguna E-Commerce di Indonesia semakin tinggi. Oleh dari itu diperlukan adanya strategi atau inovasi supaya mempengaruhi minat beli ulang sehingga pada tahun berikutnya mengalami peningkatan jumlah penjualan melalui E-Commerce Citra Florist Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh ulasan produk (X1), kepercayaan (X2), dan kemudahan transaksi (X3) terhadap minat beli ulang (Y) produk bunga melalui E-Commerce di Citra Florist Surabaya. Sampel ditentukan dengan menggunakan metode purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ulasan produk, kepercayaan dan kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci : E-Commerce, ulasan produk, kepercayaan konsumen, kemudahan transaksi, minat beli ulang

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat serta hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Ulasan Produk, Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Beli Ulang Produk Bunga Melalui E-Commerce Di Citra Florist Surabaya” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Pertanian Jurusan Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan tidak terlepas dari rahmat dan pertolongan Allah SWT serta banyak pihak yang telah membantu memberikan bimbingan, arahan, serta dukungannya. Khususnya kepada Dr. Ir. Indra Tjahaja Amir T.M., MP selaku dosen pembimbing utama dan Ir. Sri Widayanti, MP selaku dosen pembimbing pendamping, terima kasih telah bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan arahan, motivasi, masukan dan saran dengan penuh kesabaran dan keikhlasan. Penulis juga tak lupa ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si selaku plt Ketua Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP selaku plt Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua orang tua, kakak serta keluarga besar yang selalu memberikan do’a dan dukungan untuk penulis.

5. Teman-teman kelas Agribisnis C angkatan 2018 yang selalu memberikan motivasi, kritik dan saran kepada penulis, serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat diharapkan. Penulis berharap dengan selesainya penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya yang membutuhkan informasi yang berkaitan dengan tulisan ini.

Surabaya, 11 Januari 2023

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
II. TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	19
2.2.2 E-Commerce.....	26
2.2.2 Ulasan Produk.....	31
2.2.3 Kepercayaan Konsumen	33
2.2.4 Kemudahan Transaksi	36
2.2.5 Minat Beli Ulang	37
1.2 Kerangka Pemikiran	40
1.3 Hipotesis	44
III. METODE PENELITIAN.....	45

3.1	Tempat Dan Waktu Penelitian.....	45
3.2	Metode Penentuan Lokasi.....	45
3.3	Metode Penentuan Sampel	46
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	47
3.5	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	50
3.6	Metode Analisis Data	52
3.6.1	Analisis Tujuan Pertama.....	53
3.6.2	Analisis Tujuan Kedua	53
3.6.2	Analisis tujuan ketiga	67
IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	68
4.2	Karakteristik Responden.....	69
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia	70
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	70
4.2.4	Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian online dalam Sebulan.....	71
4.2.5	Responden Berdasarkan Mendapat Informasi Mengenai Citra Florist.....	72
4.2.6	Responden Berdasarkan Jenis Produk Yang Dibeli	72
4.3	Deskripsi Variabel Ulasan Produk, Kepercayaan, Kemudahan Transaksi dan Minat Beli Ulang.....	73
4.3.1.	Variabel Ulasan Produk.....	74
4.3.2	Variabel Kepercayaan.....	76
4.3.3	Variabel Kemudahan Transaksi.....	77
4.3.4	Variabel Minat Beli Ulang.....	79

4.4 Analisis Pengaruh Ulasan Produk, Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Beli Ulang.....	81
4.4.1 Hasil Uji Instrumen.....	81
4.4.2 Hasil Uji Analisis Data	83
4.4.3 Pengujian Hipotesis	91
4.4.4 Pembahasan	94
4.5 Implikasi Hasil Penelitian.....	99
4.5.1 Implikasi Teoritis.....	99
4.5.2 Implikasi Manajerial.....	101
V. KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN.....	112

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu	13
2.2	Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	21
3.1	Kategori Pengukuran Skala Likert	51
3.2	Definisi dan Pengukuran Variabel	52
3.3	Variabel Laten dan Manifes	60
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	70
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Online Dalam Sebulan	71
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Mendapat Informasi Mengenai Citra Florist.....	72
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Yang Dibeli.....	73
4.7	Kategori Mean Jawaban Responden	74
4.8	Hasil Penilaian Responden Mengenai Ulasan Produk.....	74
4.9	Hasil Penilaian Responden Mengenai Kepercayaan Konsumen	76
4.10	Hasil Penilaian Responden Mengenai Kemudahan Transaksi.....	78
4.11	Hasil Penilaian Responden Mengenai Minat Beli Ulang.....	80
4.12	Hasil Uji Validitas Menggunakan SmartPLS 3.0	82
4.13	Hasil Uji Reliabilitas Menggunakan SmartPLS 3.0.....	83
4.14	Output Outer Loading	84
4.15	Output Cross Loading	85
4.16	Output AVE dan Akar AVE	86

4.17 Output Latent Variable Correlation	86
4.18 Output Composite Reliability dan Cronbach Alpha	87
4.19 Output R-Square (R^2)	88
4.20 Output Effect Size (F^2)	89
4.21 Output Stone Geisser (Q^2)	89
4.22 Nilai Rata-Rata Communalities	90
4.23 Hasil Pengujian Hipotesis	92
4.24 Implikasi Manajerial Hasil Penelitian	103

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
2.1	Model Perilaku Konsumen.....	21
2.2	Kerangka Pemikiran.....	43
3.1	Tahapan Analisis Menggunakan PLS-SEM.....	57
3.2	Diagram Jalur SEM-PLS.....	62
4.1	Tampilan Hasil Algorithm PLS	91

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	112
2.	Tabulasi Data Kuesioner Ulasan Produk	120
3.	Tabulasi Data Kuesioner Kepercayaan	121
4.	Tabulasi Data Kuesioner Kemudahan Transaksi	122
5.	Tabulasi Data Kuesioner Minat Beli Ulang	123
6.	Hasil Outer Loading Perhitungan Smartpls 3.0	124
7.	Hasil Cross Loading Perhitungan SmartPLS 3.0	125
8.	Hasil Composite Relibility, Cronbach's Alpha,AVE Perhitungan	126
9.	Hasil Latent Variable Correlation Perhitungan SmartPLS 3.0	126
10.	Hasil R-Square (R ²) Perhitungan SmartPLS 3.0	127
11.	Hasil Effect Size (F ²) Perhitungan SmartPLS 3.0	127
12.	Hasil Predectiv Relevance (Q ²) Perhitungan SmartPLS 3.0	127
13.	Hasil Bootstrapping Perhitungan SmartPLS 3.0	127
14.	Hasil Construct Cross Validated Communality	128
15.	Data Penjualan Citra Florist Di Shopee	128
16.	Data Penjualan Citra Florist Di Tokopedia	128
17.	Lokasi Citra Florist Surabaya	129
18.	Produk Bunga Citra Florist Surabaya	129
19.	Bukti Ulasan Produk	130