

**ANALISIS MINAT BELI ULANG BELANJA *ONLINE*
PADA SITUS *E-COMMERCE* BUKALAPAK
(Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

**HEVA ARI RISTIANNINGSIH
1512010094/FE/EM**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2019

SKRIPSI
ANALISIS MINAT BELI ULANG
BELANJA *ONLINE* PADA SITUS *E-COMMERCE* BUKALAPAK
(Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur)

Yang Diajukan

Heva Ari Ristianningsih
1512010094 / FEB / EM

Disetujui untuk ujian skripsi oleh

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Luky Susilowati, M.P
NIP. 195602171988032001

Tanggal :

Mengetahui,
Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur

Dr. Eko Purwanto, M.Si
NIP. 195903291987031001

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Minat Beli Ulang Belanja *Online* Pada Situs *E-Commerce* Bukalapak” dapat terselesaikan dengan baik.

Tujuan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) bagi mahasiswa program S-1 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan skripsi ini mendapat bantuan dari berbagai pihak baik secara moril maupun secara materiil. Sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat saya mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT selaku rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, M.MT selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Ec. Sulastris Irbayuni , M.M selaku koordinator program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.

4. Ibu Dra. Ec. Luky Susilowati, M.P selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberi masukan, arahan dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Orang tua beserta keluarga yang telah memberikan dukungan moril dan doa dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi.
6. Teman-teman yang telah memberikan dorongan semangat dalam pelaksanaan dan penyusunan proposal.
7. Seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi penelitian ini sangat diharapkan. Besar harapan semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi orang lain.

Surabaya, 12 Maret 2019

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAKSI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.3 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Tinjauan Teori.....	10
2.2.1 Perilaku Konsumen.....	10
2.2.2 E-commerce.....	12

2.2.4 Kepercayaan	14
2.2.5 Kepuasan Pelanggan	16
2.2.6 Minat Beli Ulang.....	19
2.3. Hubungan Antara Variabel.....	22
2.3.1 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang	22
2.3.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang	23
2.4 Kerangka Model Penelitian	25
2.5 Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
3.1.1 Pengukuran Variabel.....	28
3.2 Teknis Penentuan Sampel	29
3.2.1 Populasi	29
3.2.2 Sampel.....	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.3.1 Jenis Data.....	30
3.3.2 Sumber Data	31
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	31

3.4 Teknik Analisa dan Uji Hipotesis.....	31
3.4.1 Teknik Analisa	31
3.4.2 Model Indikator Refleksi dan Indikator Formatif.....	33
3.4.3 Kepuasan Metode Partial Least Square (PLS).....	38
3.4.4 Pengukuran Metode Partial Least Square (PLS)	38
3.4.5 Langkah-langkah PLS	39
3.4.6 Asumsi PLS	45
3.4.7 Ukuran Sampel	45
3.4.8 Uji Validitas dan Realibilitas.....	45
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Deskriptif Hasil Penelitian	48
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	48
4.2 Karakteristik Responden dan Deskriptif Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 Karakteristik Responden	49
4.2.2 Deskripsi Hasil Variabel Kepercayaan (X1).....	51
4.2.3 Deskripsi Hasil Variabel Kepuasan (X2).....	52
4.2.4 Deskripsi Hasil Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	53
4.3 Deskripsi Hasil Analisis Data.....	54

4.3.1 Evaluasi Outlier	54
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS	56
4.3.2.1 Pengujian Model Pengukuran	56
4.3.2.2 Analisis Model PLS	61
4.3.2.3 Evaluasi Pengujian Struktural Model.....	62
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	
4.4.1 Pengaruh Kepercayaan (X1) Terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	65
4.4.2 Pengaruh Kepuasan (X2) Terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4 Kerangka Model Penelitian	25
Gambar 3.1 Model Indikator Reflektif	33
Gambar 3.2 Composite Latent Variabel	36
Gambar 4.1 Diagram Jalur Hasil Output PLS	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 TBI <i>E-Commerce</i> di Indonesia tahun 2015-2018	4
Tabel 1.2 Keluhan Konsumen Berbelanja Online	5
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil dan Jawaban Responden mengenai Kepercayaan.....	51
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil dan Jawaban Responden mengenai Kepuasan.....	52
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil dan Jawaban Responden mengenai Minat Beli Ulang ..	53
Tabel 4.6 Outlier Data.....	54
Tabel 4.7 Outer Loading (Mean, STDEV, T-Values)	56
Tabel 4.8 Average Variance Extracted (AVE).....	58
Tabel 4.9 Composite Reliability.....	59
Tabel 4.10 Latent Variable Correlation	60
Tabel 4.11 R Square.....	62
Tabel 4.12 Outer Weight.....	63
Tabel 4.13 Path Coefficients	64

ANALISIS MINAT BELI ULANG BELANJA *ONLINE*
PADA SITUS *E-COMMERCE* BUKALAPAK
(Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur)

Oleh :

Heva Ari Ristianningsih
1512010094/FE/EM

Abstraksi

Perkembangan teknologi membawa dampak besar bagi dunia bisnis, salah satunya berkembangnya jenis bisnis baru yaitu *E-commerce*. Indonesia adalah negara yang mengalami pertumbuhan *e-commerce* yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir sehingga menjadikan pasar yang bagus untuk pelaku industri *e-commerce* menanamkan modalnya. Perusahaan *e-commerce* harus menerapkan strategi yang tepat untuk meraih konsumen ditengah pesatnya persaingan. Perusahaan harus berupaya membangun kepercayaan dan memberikan kepuasan berbelanja untuk mendapatkan tanggapan yang baik di masyarakat sehingga menimbulkan keinginan untuk membeli ulang. Berdasarkan pemikiran tersebut, maka peneliti bertujuan untuk menganalisa sejauh mana pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Minat Beli Ulang Berbelanja *Online* pada Situs *E-commerce* Bukalapak.

Populasi dalam penelitian adalah Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur yang pernah berbelanja *online* menggunakan E-commerce Bukalapak dan sampel yang digunakan adalah 91 responden dengan kriteria mahasiswa aktif UPN “Veteran” Jatim tahun ajaran 2018-2019, pernah berbelanja menggunakan *e-commerce* Bukalapak kurang lebih 6 bulan terakhir. Metode pengambilan sampel adalah dengan menggunakan non probability sampling yaitu dengan teknik purposive sampling. Data yang digunakan adalah data primer, sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS).

Berdasarkan dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa Kepercayaan memberikan kontribusi terhadap Minat Beli Ulang dan Kepuasan memberikan kontribusi terhadap Minat Beli Ulang.

Kata kunci : Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang