

**PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKETPLACE TOKOPEDIA DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

MUHAMMAD RICKY SETIAWAN

21012010027/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2025

**PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKETPLACE TOKOPEDIA DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

MUHAMMAD RICKY SETIAWAN

21012010027/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR**

2025

SKRIPSI

**PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKETPLACE TOKOPEDIA DI KOTA SURABAYA**

Disusun oleh :

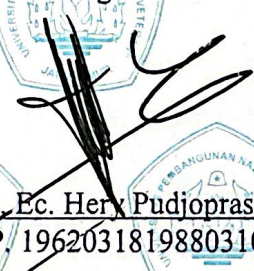
MUHAMMAD RICKY SETIAWAN
21012010027/FEB/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan

Dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal : 05 Juni 2025

Pembimbing Utama


Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M.
NIP. 196203181988031002

Pembimbing Pendamping


Dr. Nanik Hariyana, S.Pd., M.M.
NIP. 20219871010230

Tim Penguji
Ketua

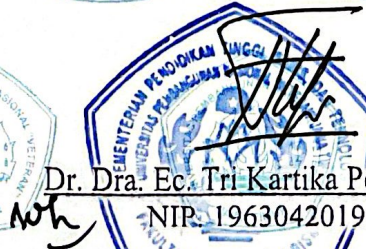

Ugy Soebianto, S.E., M.M.
NIP. 196708182021211001

Anggota


Wilma Cordelia Izaak, S.E., M.M.
NIP. 17219831020049

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP.
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Ricky Setiawan
N P M : 21012010027
Program : Sarjana (S1)/~~Magister (S2)~~/~~Doktor (S3)~~
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemulan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 06 Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Muhammad Ricky Setiawan
NPM. 21012010027

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Tokopedia di Kota Surabaya”. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat akademik dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh faktor keamanan, kemudahan, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Tokopedia di kota Surabaya.

Penyusunan penelitian ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak yang telah berkontribusi dalam proses akademik dan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan arahan dan dukungan, baik secara akademik maupun moral, selama proses penyusunan penelitian ini. Secara khusus, penulis menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan dukungan serta menciptakan lingkungan akademik yang kondusif bagi seluruh mahasiswa dalam mengembangkan ilmu pengetahuan.

2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan arahan serta memfasilitasi mahasiswa dalam menjalankan penelitian dan pengembangan akademik.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang memberikan motivasi serta arahan dalam setiap tahapan akademik.
4. Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M., selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran, serta memberikan wawasan yang luas terkait penelitian ini sehingga penulis dapat memahami dan menganalisis berbagai aspek yang berhubungan dengan topik penelitian.
5. Ibu Dr. Nanik Hariyana, S.Pd., M.M., selaku dosen pembimbing kedua, yang telah memberikan arahan serta kritik konstruktif yang sangat membantu dalam meningkatkan kualitas penelitian ini, sehingga dapat menjadi lebih sistematis dan komprehensif.
6. Kedua orang tua serta keluarga tercinta @keluargakecil yang senantiasa memberikan cinta, doa, motivasi, dan dukungan moril dalam setiap perjalanan akademik penulis. Tanpa doa dan kasih sayang yang tulus dari mereka, penulis tidak akan mampu mencapai tahap ini. Semangat serta nasihat yang diberikan selalu menjadi sumber kekuatan dalam menghadapi berbagai tantangan selama perkuliahan dan penyusunan penelitian ini.

7. Pasangan saya, Rr. Rachmalia Nadia Rizqina, yang selalu memberikan dukungan penuh, baik secara emosional maupun intelektual, serta menjadi penyemangat utama dalam setiap langkah yang saya tempuh selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat serta rekan-rekan seperjuangan, Amang, Sultan, Rakha, Andien, Setyo, Salsa, Ditha, Valen, Aldo, Novi, Vio, Manda, Rifda, Satrio, Gabriel, Kania, Enoch, Kaisya, Naura, Mutiara, Raihan, Anisa, Denisa, Ariq, Farchan, Bella, Revi, Arzel, Sofia, Mala, Farhan, Wulan, Lisa, Aqila, Reni, Maulana, Clara, Khila, Jihan, Dimas, Alya, Ais, Arealdo serta semua yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas semangat, motivasi, dan kebersamaan yang berharga selama menempuh pendidikan di Surabaya. Dukungan mereka, baik dalam diskusi akademik maupun dorongan moral, menjadi pilar penting dalam perjalanan ini, membangun ikatan persahabatan yang penuh makna, kenangan berharga dan tetap menjaga tali silaturahmi dengan baik antar satu sama lain.
9. Untuk diri sendiri sebagai pemilik akun selebgram @mhrickys, terima kasih telah berjuang dengan sepenuh hati selama masa perkuliahan, menghadapi berbagai tantangan dan pengalaman baru dalam kompetisi, organisasi, kerja, KKN, dan aspek lainnya hingga akhirnya berhasil menyelesaikan skripsi ini. Setiap usaha dan pengorbanan yang telah dilakukan adalah bukti dedikasi serta komitmen terhadap ilmu dan pengembangan diri. Semoga jejak akademik dan non-akademik yang telah terukir di universitas perjuangan ini dapat menjadi sumber kebanggaan bagi para penerus saya karena pencapaian ini bukan sekadar keberhasilan pribadi, tetapi juga warisan yang menginspirasi. Seperti yang

dikatakan B.J. Habibie, "Jadilah anak muda yang produktif yang terus memberikan nilai tambah bagi masyarakat dan lingkungan di mana pun kamu berada". Perjalanan tidak berakhir di sini, tetapi justru menjadi awal bagi langkah-langkah besar berikutnya menuju masa depan yang lebih gemilang.

10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah berkontribusi dalam penyusunan penelitian ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Bantuan, dukungan, dan kebaikan mereka sangat berharga dalam mendukung penulis menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa laporan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan penelitian ini di masa mendatang. Besar harapan penulis agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menambah wawasan dan pengetahuan di bidang *e-commerce* dan perilaku konsumen. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat menjadi kontribusi yang bermanfaat bagi akademisi, praktisi, dan pihak-pihak terkait. Terima kasih.

Surabaya, 08 Januari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	26
1.3 Tujuan Penelitian.....	27
1.4 Manfaat Penelitian.....	27
A. Manfaat Bagi Peneliti	27
B. Manfaat Bagi Perusahaan	28
C. Manfaat Bagi Universitas	28
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	29
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	29
2.2 Landasan Teori	32
2.2.1 Pengertian Manajemen	32
2.2.2 Pemasaran	34

2.2.3 Keamanan	37
2.2.4 Kemudahan	40
2.2.5 Kepercayaan Konsumen	43
2.2.6 Keputusan Pembelian	46
2.3 Hubungan Antar Variabel	51
2.3.1 Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian	51
2.3.2 Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
2.3.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian ...	54
2.4 Kerangka Konseptual	55
2.5 Hipotesis.....	55
BAB III. METODE PENELITIAN.....	56
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	56
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	56
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	61
3.2 Teknik Penentuan Sampel	62
3.2.1 Populasi.....	62
3.2.2 Sampel	62
3.3 Teknik Pengumpulan Data	64
3.3.1 Jenis Data.....	64
3.3.2 Sumber Data	65

3.3.3 Pengumpulan Data	65
3.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	66
3.4.1 Uji Validitas	66
3.4.2 Uji Reliabilitas	66
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	67
3.5.1 Teknik Analisis Data	67
3.5.2 Cara Kerja PLS	68
3.5.3 Model Spesifikasi PLS.....	69
3.5.4 Langkah-Langkah PLS	70
3.5.5 Asumsi PLS	79
3.5.6 Ukuran Sampel	79
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	80
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	80
4.1.1 Profil Perusahaan.....	80
4.2 Deskripsi Penelitian.....	82
4.2.1 Karakteristik Responden.....	82
4.2.2 Deskripsi Data Penelitian.....	85
4.2.3 Statistik Deskriptif	86
4.2.4 Deskripsi Variabel Keamanan	88
4.2.5 Deskripsi Variabel Kemudahan	91

4.2.6 Deskripsi Variabel Kepercayaan Konsumen	94
4.2.7 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	96
4.3 Analisis Data	99
4.3.1 Evaluasi <i>Outlier</i>	99
4.3.2 Hasil Interpretasi PLS	100
4.4 Pembahasan	113
4.4.1 Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian	113
4.4.2 Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian	116
4.4.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian .	118
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	121
5.1 Kesimpulan.....	121
5.2 Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN.....	132

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengguna & Penetrasi <i>E-Commerce</i> di Indonesia	5
Tabel 1.2 <i>Total Transaction Volume Marketplace</i> Tokopedia di Indonesia.....	11
Tabel 1.3 <i>Top Brand Index (TBI) Marketplace</i> Tokopedia & Marketplace Lainnya di Indonesia pada Tahun 2019-2023	13
Tabel 1.4 Frekuensi Akses Pengguna <i>Marketplace</i> Tokopedia pada Tahun 2019- 2023	15
Tabel 1.5 Perbandingan Pengalaman dan Kepuasan Belanja <i>Online</i> di Tokopedia dengan <i>Marketplace</i> Lainnya	19
Tabel 4.1 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
Tabel 4.2 Komposisi Responden Berdasarkan Usia	83
Tabel 4.3 Komposisi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	84
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel Keamanan (X1).....	86
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Kemudahan (X2).....	86
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan konsumen (X3).....	86
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	87
Tabel 4.8 Frekuensi Hasil Jawaban Responden pada Variabel Keamanan	88
Tabel 4.9 Frekuensi Hasil Jawaban Responden pada Variabel Kemudahan	91
Tabel 4.10 Frekuensi Hasil Jawaban Responden pada Variabel Kepercayaan Konsumen.....	94
Tabel 4.11 Frekuensi Hasil Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian	96
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Outlier</i>	100

Tabel 4.13 <i>Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)</i>	102
Tabel 4.14 <i>Cross Loading</i>	104
Tabel 4.15 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	105
Tabel 4.16 <i>Composite Realibility</i>	106
Tabel 4.17 <i>Latent Variabel Correlation</i>	107
Tabel 4.18 <i>R-Square</i>	109
Tabel 4.19 <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)</i>	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Total Masyarakat <i>Digital</i> di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 <i>Total Transaction Volume E-Commerce</i> di Indonesia	7
Gambar 1.3 Situs-Situs <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	8
Gambar 1.4 Aliansi Tiktok Shop & Tokopedia	10
Gambar 1.5 Kasus Keamanan di Tokopedia.....	17
Gambar 1.6 Ulasan Negatif Konsumen terhadap Tokopedia	22
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	55
Gambar 3.1 Langkah-Langkah pada Analisis PLS	71
Gambar 3.2 Diagram Jalur <i>Partial Least Square</i>	72
Gambar 4.1 Logo Tokopedia	81
Gambar 4.2 <i>Outer Model</i> dengan <i>Factor Loading</i> , <i>Path Coefficient</i> , dan <i>R-Square</i>	108
Gambar 4.3 <i>Inner Model</i> dengan Nilai Signifikansi <i>T-Statistic Bootstrapping</i> ...	112

**PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKETPLACE TOKOPEDIA DI KOTA SURABAYA**

Oleh:

MUHAMMAD RICKY SETIAWAN

21012010027/FEB/EM

ABSTRAK

Pesatnya pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia mendorong kemajuan teknologi dan perubahan perilaku belanja ke transaksi *online* dengan Tokopedia sebagai salah satu *marketplace* terbesar yang merepresentasikan dinamika industri dan tantangan dalam memenuhi ekspektasi konsumen di era *digital*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keamanan, kemudahan, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian dalam transaksi *marketplace* dengan fokus pada pengguna Tokopedia di kota Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *purposive sampling* melibatkan 102 responden dan menggunakan skala *ordinal* dengan rumus skala *likert*. Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan *SmartPLS* yang mencakup evaluasi model pengukuran (validitas dan reliabilitas) serta model struktural (hubungan antar variabel laten). Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan, kemudahan dan kepercayaan konsumen yang diteliti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Tokopedia di kota Surabaya.

Kata Kunci: Keamanan; Kemudahan; Kepercayaan Konsumen; Keputusan Pembelian