

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS INFORMASI, *SERVICE QUALITY*,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *SHOPEE*
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2016 Universitas
Muhammadiyah Ponorogo)**



SKRIPSI

NAMA : SAIFUL ANWAR

NIM : 16414094

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2020

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS INFORMASI, *SERVICE QUALITY*, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *SHOPEE* (Studi Kasus
Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah
Ponorogo)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah ponorogo

NAMA : SAIFUL ANWAR

NIM : 16414094

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, *Service Quality*, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen *Shopee*(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Saiful Anwar

NIM : 16414094

Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 21 Juli 1996

Program Studi : Manajemen S-1

Isi dan Format Telah Disetujui Dan Dinyatakan Memenuhi Syarat Untuk Menyusun Skripsi Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 03 November 2020

Pembimbing I

Pembimbing II


(Drs. Ec. Purwanto, MM)


NIDK. 8808523419


(Tegoeh Hari A. SE, MM)

NIDN. 0705106702

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Hadi Sumarsono SE, M.Si)

NIK. 19760508 200501 11

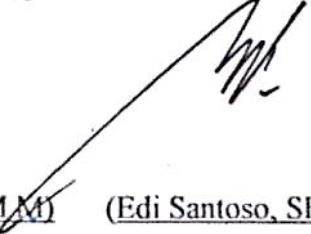
Dosen Penguji


(Drs. Ec. Purwanto, MM)

NIDK.8808523419


(Wahna Widhianingrum, S.P, MM)

NIDN. 0707118602


(Edi Santoso, SE, MM)

NIDN. 0711037401

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen *Shopee* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah Ponorogo, (2) Pengaruh *Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen *Shopee* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah Ponorogo, (3) Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen *Shopee* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 113 responden. Penelitian ini melibatkan tiga variabel yaitu kualitas informasi, *service quality*, dan kepercayaan sebagai variabel independen, dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan uji t yang menguji kemaknaan atau keberartian koefisien regresi partial terdapat pengaruh secara partial kualitas informasi, *service quality*, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen *Shopee* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Berdasarkan uji F menemukan bahwa secara simultan kualitas informasi, *service quality*, dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Shopee* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah Ponorogo berdasarkan nilai F hitung sebesar 38,364 dan nilai Signifikan sebesar 0,000. Nilai F tabel dengan tingkat signifikan 0,05, F tabel diperoleh sebesar 2,69, Sehingga nilai F hitung > F tabel ($38,364 > 2,69$). Ditemukkkkan bahwa variabel kepercayaan merupakan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen *Shopee* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah Ponorogo dibuktikan dengan nilai analisis regresi sebesar 0,329, nilai t hitung sebesar 4,321, nilai signifikan sebesar 0,000. Saran yang diberikan dalam peningkatan kepuasan konsumen *Shopee* diharapkan pihak perusahaan lebih memperhatikan kualitas informasi, *service quality*, dan kepercayaan dengan lebih baik lagi serta inovasi agar kepuasan pengguna semakin meningkat dan guna menjaring konsumen lebih banyak lagi.

Kata Kunci : kualitas informasi, *service quality*, kepercayaan, dan kepuasan konsumen

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim,

Assalamualaikum, Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpah, rahmad, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “ analisis pengaruh kualitas informasi, *service quality* dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen *Shopee* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah Ponorogo” dengan lancar. Shalawat serta salam juga penulis haturkan kepada Rasulullah SAW yang telah membawa manusia kepada zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi sebagai syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulisan skripsi ini dapat diselesaikan atas dasar bantuan dari berbagai pihak, maka dengan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tulus serta rasa hormat kepada :

1. Dr. Happy Susanto, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas yang mendukung selama saya menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.


2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas selama saya menjadi bagian dari mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Slamet Santoso, SE., M.Si, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas selama saya menjadi bagian dari mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Naning Kristiyana, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan, dan fasilitas selama saya menjadi bagian dari mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Bapak Drs. Ec. Purwanto, MM dan Tegoeh Hari A. SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia memberikan bimbingan, petunjuk, serta semangat guna menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen, seluruh staf administrasi Fakultas Ekonomi Dan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Orang tua saya, Bapak Misiran dan Ibu Mutasilah, terimakasih atas doa, semangat dan motivasi yang selalu diberikan.
8. Kakak saya Fitri Puji Astusi terimakasih atas dukungan, nasehat, dan semangat yang selalu diberikan.

9. Sahabat- sahabat saya, Angga Lestiana Saputra, Ahmad Latiful Anzor, Fikria Mul Sahroni, Amalul Muchlisin, dan seluruh teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat, hiburan, bantuan, doa serta dukungan yang kalian berikan selama kuliah dan menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan wira wiri Ade selvia dan Mayanti serta seluruh teman-teman Manajemen C dan organisasi HMJ Manajemen angkatan tahun 2016 terimakasih atas dukungannya.
11. Saudara/i Responden yang telah membantu untuk mengisi kuesioner penelitian yang saya berikan dan sekaligus memberi banyak ilmu baru untuk saya.
12. Semua pihak yang tidak mungkin saya sebutkan semua dalam penulisan ini, terimakasih atas dukungan dan motivasi dari kalian semu, semoga Allah SWT selalu memberikan perlindungan kepada kalian semua.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dari skripsi ini, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan pembaca pada umumnya. Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Ponorogo, 03 November 2020



(Saiful Anwar)

NIM. 16414094

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya asli saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan /atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 03 November 2020



(Saiful Anwar)

NIM. 16414094

MOTTO

“Biasakanlah untuk jujur, karena kejujuran itu menuntun pada kebaikan dan kebaikan menuntun pada keselamatan.”

(Abdddullah Gymnastiar)

“Lakukan yang terbaik, sehingga aku tak akan menyalahkan diriku sendiri atas segalanya.”

(Magdalena Neuner)

“Setiap fase yang kamu jalani harus bisa mendatangkan pelajaran untuk naik ke fase berikutnya.”

(Merry Riana)



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN.....	vii
MOTTO.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Manajemen.....	12
2. Pemasaran.....	13
3. E-commerce.....	15
4. Marketplace.....	17
5. Informasi.....	19
6. Kualitas Informasi (X1).....	20
7. Pelayanan.....	22
8. Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>) (X2).....	24
9. Kepercayaan (X3).....	28
10. Kepuasan Konsumen (Y).....	30
B. Penelitian Terdahulu.....	36
C. Kerangka Pikiran.....	41
D. Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
A. Batasan dan Lokasi Penelitian.....	48
B. Populasi dan Sampel.....	48

1) Populasi.....	48
2) Sampel.....	49
C. Jenis Data.....	50
D. Teknik Pengumpulan Data.....	51
E. Devinisi Operasional Variabel.....	52
1. Variabel Independen/ Bebas (X).....	52
2. Variabel Dependen/ Terikat (Y).....	55
F. Uji Instrumen.....	56
1. Uji Validitas.....	56
2. Uji Reabilitas.....	57
G. Alat Analisis.....	58
H. Pengujian Model dan Hipotesis.....	59
I. Uji Hipotesa.....	59
1. Uji Parsial (Uji t).....	59
2. Uji Serempak (Uji F).....	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	62
A. Hasil Penelitian.....	62
B. Karakteristik Responden.....	63

C. Tanggapan Responden.....	66
D. Uji Instrumen.....	77
E. Analisis Data.....	80
F. Uji Hipotesis.....	84
G. Pembahasan.....	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
A. Kesimpulan.....	99
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN.....	107



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pertumbuhan E- commerce Tercepat.....	2
Gambar 2. Data Top E-commerce Berdasarkan Ranking Playstore.....	4
Gambar 3. Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 4. Kurva daerah penerimaan atau penolakan H_0	86
Gambar 5. Kurva daerah penerimaan atau penolakan H_0	87
Gambar 6. Kurva daerah penerimaan atau penolakan H_0	88
Gambar 7. Kurva daerah penerimaan atau penolakan H_0	90



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	65
Tabel 5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Informasi (X1).....	67
Tabel 6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Service Quality (X2).....	69
Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan (X3).....	72
Tabel 8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	75
Tabel 9. Hasil Uji Validitas.....	77
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas.....	79
Tabel 11. Uji Regresi Berganda.....	81
Tabel 12. Hasil Koefisien Determinasi.....	83
Tabel 13. Hasil Uji t.....	85
Tabel 14. Hasil Uji F.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	107
Lampiran 2. Data Jawaban Responden.....	111
Lampiran 3. Deskripsi Responden.....	111
Lampiran 4. Uji Instrumen.....	112
Lampiran 5. Uji Reliabilitas.....	116
Lampiran 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Dan Uji T.....	117
Lampiran 7. Distribusi Nilai R tabel.....	118
Lampiran 8. Distribusi Nilai T tabel.....	119
Lampiran 9. Distribusi Nilai F tabel.....	120

