

**PENGARUH KEPERCAYAAN, *E-SERVICE QUALITY*, DAN *INFORMATION QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE***  
**(STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA DI 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 : Rizki Gagah Saputra

NIM : 17414622

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2022**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, *E-SERVICE QUALITY*, DAN *INFORMATION QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE***  
**(STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA DI 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 : Rizki Gagah Saputra

NIM : 17414622

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2022**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kepercayaan, *E-Service Quality*, Dan  
*Information Quality* Terhadap Keputusan Pembelian  
*Online* (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia Di  
Ponorogo)  
Nama : Rizki Gagah Saputra  
NIM : 17414622  
Tempat, Tanggal Lahir : Karanganyar, 15 Agustus 1997  
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk menyusun  
skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas  
Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 27 Juli 2022

Pembimbing 1



Adi Santoso, SE., MM.  
NIDN.0727118803

Pembimbing 2



La Ode Sugianto, S.Pd., MM.  
NIDN.0730068503

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi

Tri Harto Sumarsono, SE., M.Si.  
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji

Ketua



Adi Santoso, SE., MM.  
NIDN.0727118803

Sekretaris



Nahing Kristiyana, SE., MM.  
NIDN.0721117501

Anggota



Wahna Widhianingrum, SP., MM.  
NIDN.0707118602

**RINGKASAN**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, *E-SERVICE QUALITY*, DAN *INFORMATION QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE***

**(STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA DI PONOROGO)**

**Rizki Gagah Saputra**

Manajemen pemasaran merupakan ilmu memilih target pasar serta meraih, dan mempertahankan dengan menciptakan, dan menghantarkan nilai konsumen yang unggul, sehingga menciptakan keputusan pembelian. Tujuan dari penelitian ini yaitu guna mengetahui pengaruh dari pengaruh Kepercayaan, *E-Service Quality*, dan *Information Quality* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pengguna Aplikasi Tokopedia di Ponorogo).

Sampel merupakan konsumen Aplikasi Tokopedia Ponorogo yang melakukan pembelian dengan menggunakan teknik *accidental sampling* dan sampel sebanyak 75 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path*) dengan menggunakan program SPSS 22. Penelitian ini menghasilkan uji parsial (t) adalah sebagai berikut Kepercayaan (X1) = 0,044, *E-Service Quality* (X2) = 0,000, dan *Information Quality* (X3) = 0,002,

**Kata Kunci** : Kepercayaan, *E-Service Quality*, *Information Quality*, Keputusan Pembelian

## PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya 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 sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 27 Juli 2022



**Rizki Gagan Saputra**  
NIM. 17414622

## MOTTO

*”Kemarin hanyalah kenangan hari ini, besok adalah impian hari ini”*

**Khalil Gibran**

*“Kau harus paham, bahwa impian adalaah hal yang harus dicapai”*

**Boy Candra**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga dapat terselesaikannya skripsi dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, *E-Service Quality*, Dan *Information Quality* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia Di Ponorogo)” sebagai salah satu persyaratan akademis dalam rangka menyelesaikan program sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam skripsi ini dijabarkan analisa mengenai variabel Kepercayaan (X1), *E-Service Quality* (X2), dan *Information Quality* (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sehingga nantinya dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan untuk peningkatan pembelian produk di Tokopedia.

Keberhasilan skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak Untuk itu saya ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada yang terhormat :

1. Bapak Hadi Sumarsono, SE., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Adi Santoso, S.E. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untk memberikan bimbingan, petunjuk, bantuan dan koreksi serta saran hingga dapat terselesikannya skripsi ini.
3. Bapak La Ode Sugianto, S.Pd. MM. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untk memberikan bimbingan, petunjuk, bantuan dan koreksi serta saran hingga dapat terselesikannya skripsi ini.

4. Bapak dan ibu dosen serta karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang senantiasa memberikan saran dan membantu dalam segala kebutuhan administrasi.
5. Kedua orang tua saya yang saya hormati dan sayangi, yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil. Sangat besar harapan peneliti untuk bisa membanggakan dan membahagiakan beliau.
6. Seluruh rekan S1 Manajemen angkatan 2017 yang saling membantu dan mendoakan agar skripsi dapat diselesaikan dengan baik.

Semoga Allah SWT memberikan balasan pahala atas segala amal yang telah diberikan dan semoga skripsi ini berguna baik bagi diri saya sendiri maupun bagi pihak lain yang memanfaatkannya.

Ponorogo, 27 Juli 2022



**Rizki Gagah Saputra**  
NIM.17414622

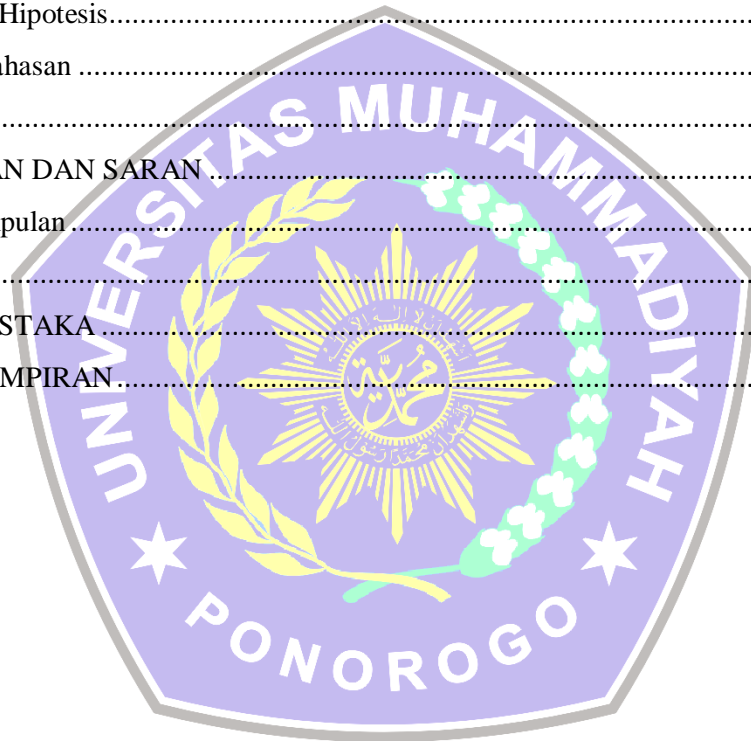


## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
RINGKASAN.....	iv
PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG KODE ETIK PENELITIAN.....	v
MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
1. Tujuan Penelitian .....	9
2. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Tinjauan Pustaka .....	11
1. Manajemen.....	11
a. Definisi Manajemen.....	11
2. Manajemen Pemasaran .....	12
a. Definisi Manajemen Pemasaran .....	12
b. Fungsi Manajemen Pemasaran .....	13
c. Bauran Pemasaran .....	14
3. Perilaku Konsumen .....	15
a. Definisi Perilaku Konsumen .....	15
b. Tujuan Mempelajari Perilaku Konsumen .....	16
4. Keputusan Pembelian .....	16
a. Definisi Keputusan Pembelian .....	16
b. Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen .....	18
c. Indikator Keputusan Pembelian .....	19

5.	Kepercayaan (X1) .....	20
a.	Definisi Kepercayaan.....	20
b.	Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepercayaan .....	21
c.	Manfaat kepercayaan.....	22
d.	Indikator Kepercayaan.....	23
6.	<i>Service Quality</i> .....	23
a.	Definisi <i>Service Quality</i> .....	23
7.	<i>E-Service Quality</i> (X2).....	24
a.	Definisi <i>E-Service Quality</i> .....	24
b.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>E-Service Quality</i> .....	25
c.	Indikator <i>E-Service Quality</i> .....	27
8.	<i>Information Quality</i> (X3).....	27
a.	<i>Information Quality</i> (X3).....	27
b.	Faktor-faktor yang menentukan <i>Information Quality</i> .....	28
c.	Dimensi <i>Information Quality</i> .....	29
d.	Indikator <i>Information Quality</i> .....	30
B.	Penelitian Terdahulu .....	31
C.	Kerangka Pemikiran.....	33
D.	Hipotesis .....	33
BAB III .....		37
METODE PENELITIAN.....		37
A.	Ruang Lingkup Penelitian .....	37
B.	Populasi dan Sampel .....	37
1.	Populasi .....	37
2.	Sampel.....	37
C.	Metode Pengambilan Data.....	38
1.	Sumber Data .....	38
2.	Teknik Pengambilan Data .....	39
D.	Definisi Operasional variabel .....	40
E.	Uji Instrumen .....	44
1.	Uji Validitas.....	45
2.	Uji Reliabilitas .....	45
F.	Teknik Analisis Data.....	46
1.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	46

2. Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ) .....	47
3. Uji Hipotesis .....	47
BAB IV .....	49
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	49
A. Hasil Penelitian .....	49
1. Gambaran Umum Perusahaan .....	49
2. Gambaran Umum Variabel di Tokopedia .....	50
3. Gambaran Umum Responden .....	52
4. Deskripsi Variabel Penelitian .....	55
5. Analisis Data .....	63
6. Uji Hipotesis .....	67
B. Pembahasan .....	73
BAB V .....	79
KESIMPULAN DAN SARAN .....	79
A. Kesimpulan .....	79
B. Saran .....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	81
DAFTAR LAMPIRAN .....	85



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 2. Skala Likert .....	40
Tabel 3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 5. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Tabel 6. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Penghasilan .....	55
Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan (X1) .....	56
Tabel 8. Tanggapan Responden Terhadap E-Service Quality (X2).....	57
Tabel 9. Tanggapan Responden Terhadap Information Quality (X3) .....	58
Tabel 10. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	59
Tabel 11. Hasil Pengujian Validitas .....	61
Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas .....	62
Tabel 13. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	64
Tabel 14. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	66
Tabel 15. Hasil uji t .....	68
Tabel 16. Hasil Uji F.....	72



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 2. Daerah Penolakan H01 dan Penerimaan Ha1.....	66
Gambar 3. Daerah Penolakan H02 dan Penerimaan Ha2.....	66
Gambar 4. Daerah Penolakan H03 dan Penerimaan Ha3.....	67
Gambar 5. Daerah Penolakan H04 dan Penerimaan Ha4.....	69



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian .....	85
Lampiran 2. Tabulasi Karakteristik Responden.....	90
Lampiran 3. Frekuensi Karakteristik Responden .....	92
Lampiran 4. Data Jawaban Responden .....	93
Lampiran 5. Output Jawaban Responden .....	97
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas .....	100
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas .....	102
Lampiran 8. Hasil Analisis Linier Berganda, Uji T, Uji F & R <sup>2</sup> .....	103
Lampiran 9. Distribusi Nilai r tabel .....	104
Lampiran 10. Distribusi Nilai t tabel.....	106
Lampiran 11. Distribusi Nilai F Tabel .....	108
Lampiran 12. Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	110

