



**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KEMUDAHAN
PENGUNAAN TRANSAKSI DAN PENGALAMAN BERBELANJA
TERHADAP MINAT BELI ONLINE SHOP DRESSY GALLERY DAN
DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS DI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

Oleh :

NAELIS SA'ADAH

NIM. 2016-11-232

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2021**



**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KEMUDAHAN
PENGUNAAN TRANSAKSI DAN PENGALAMAN BERBELANJA
TERHADAP MINAT BELI ONLINE SHOP DRESSY GALLERY DAN
DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS DI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

Skripsi Ini Di Ajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Persyaratan
Untuk Menyelesaikan Jenjang Pendidikan
Strata Satu (S1) Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

NAELIS SA'ADAH

NIM. 2016-11-232

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2021**

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KEMUDAHAN
PENGUNAAN TRANSAKSI DAN PENGALAMAN BERBELANJA
TERHADAP MINAT BELI ONLINE SHOP DRESSY GALLERY DAN
DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS DI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji
Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus



Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Dina Lusianti, SE., MM., AAK
NIDN. 0630098401

Dosen Pembimbing I

Dr. Mokhamad Arwani, SE., MM
NIDN. 0610057804

Mengetahui,
Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dra. Sulistyowati, S.H., C.N
NIDN. 0607076401

Dosen Pembimbing II

Iwan Suroso, SE., MM
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“ALLAH TIDAK MEMBEBANI SESEORANG MELAINKAN SESUAI
KESANGGUPANNYA”.

(QS. AL - BAQARAH : 286)

Persembahan:

Skripsi dipersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya Nyonya Shofiq dan Bapak Hasyim Efendi yang telah memberikan pendidikan hingga jenjang pendidikan sarjana dengan ikhlas serta selalu mendoakan dan memberikan dukungan yang penuh untuk pendidikan saya di manapun tempatnya.
2. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah ikhlas dan sabar memberikan ilmunya.
3. Teman – teman seperjuangan angkatan 2016 khususnya: teman dekat dalam mengerjakan skripsi.
4. Enam Sahabat saya dari awal semester yang selalu menemani saya.

~semoga sukses.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat karunia dan berkah-Nya sehingga peneliti mendapat bimbingan dan kemudahan dalam menyelesaikan Skripsi yang berjudul “PENGARUHKEPERCAYAAN KONSUMEN,KEMUDAHAN PENGGUNAAN TRANSAKSI DAN PENGALAMAN BERBELANJA TERHADAP MINAT BELI ONLINE SHOP DRESSY GALLERY DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN”

(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS DI UNIVERSITAS MURIA KUDUS)

Skripsi ini merupakan syarat akademis dalam menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dalam penulisan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

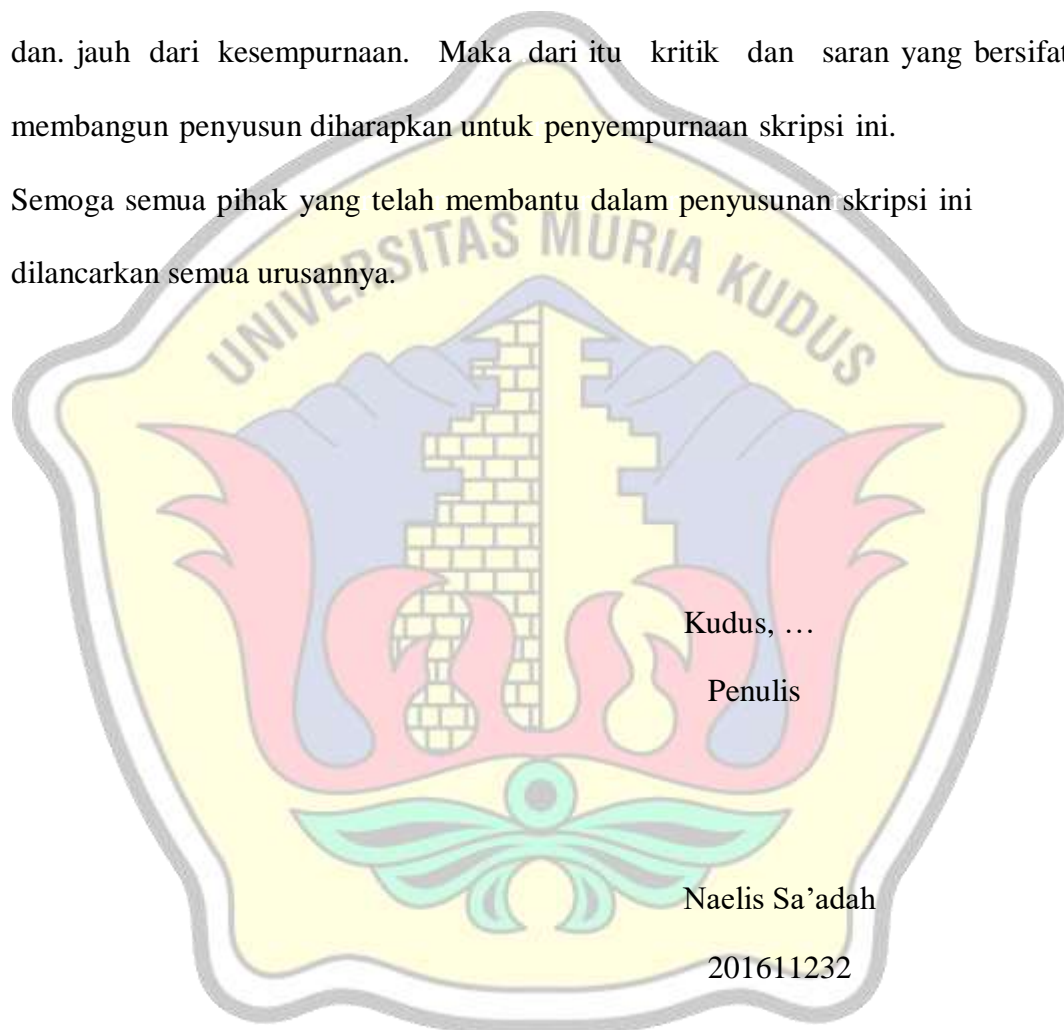
1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberikan kesempatan belajar untuk peneliti.
2. Dr. Dra. Sulistyowati, S.H., C.N., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dina Lusianti, SE., MM., AAK, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Mokhamad Arwani, SE. MM, selaku dosen pembimbing I yang telah teliti dan sabar memberikan bimbingan, nasehat dan motivasi kepada peneliti.
5. Iwan Suroso, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah teliti dan memberikan banyak masukan kepada peneliti.

6. Keluarga yang telah memberi doa, dukungan, dan dorongan berupa motivasi bagi peneliti untuk menyelesaikan kuliah tepat pada waktunya.

8. Semua pihak yang telah banyak membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun penyusun diharapkan untuk penyempurnaan skripsi ini.

Semoga semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini dilancarkan semua urusannya.



Kudus, ...

Penulis

Naelis Sa'adah

201611232

PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KEMUDAHAN
PENGUNAAN TRANSAKSI DAN PENGALAMAN BERBELANJA
TERHADAP MINAT BELI ONLINE SHOP DRESSY GALLERY DAN
DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS DI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
NAELIS SA' ADAH2016-11-232

Pembimbing : 1. Dr. Mokhamad Arwani,. S.E., M.M

2. Iwan Suroso,. S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kepercayaan konsumen, kemudahan penggunaan transaksi dan pengalaman berbelanja terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang menjadi konsumen Dressy Gallery Kudus. Sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 115 responden.. Hasil penelitiannya adalah kepercayaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli, penggunaan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, pengalaman berbelanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, kepercayaan konsumen tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, kemudahan penggunaan transaksi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, pengalaman berbelanja juga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kepercayaan konsumen, kemudahan penggunaan transaksi, pengalaman berbelanja, minat beli, keputusan pembelian.

Abstract

This study aims to analyze the effect of consumer trust, ease of use of transactions and shopping experience on purchasing decisions with purchase intention as an intervening variable on Management Students of the Faculty of Economics and Business who become consumers of Dressy Gallery Kudus. The sample in this study was 115 respondents. The results of the research are that trust has no effect and is not significant on buying interest, the use of transactions has a positive and significant effect on buying interest, shopping experience has a positive and significant effect on buying interest, consumer trust has no effect and is not significant. on purchasing decisions, ease of use of transactions has no effect and is not significant on purchasing decisions, shopping experience also has no and insignificant effect on purchasing decisions, buying interest has a positive and significant effect on purchasing decisions. **Keywords: consumer trust, ease of use of transactions, shopping experience, buying interest, purchasing decisions**

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Ruang Lingkup	13
1.3 Perumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Kepercayaan Konsumen	17
2.1.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen	17
2.1.2 Indikator Kepercayaan Konsumen	18
2.2 Kemudahan Penggunaan Transaksi	20
2.2.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan Transaksi	20
2.2.1 Indikator Kemudahan Penggunaan Transaksi	21
2.3 Pengalaman Berbelanja	23
2.3.1 Pengertian Pengalaman Berbelanja	23

2.3.2	Indikator Pengalaman Berbelanja	24
2.4	Minat Beli	25
2.4.1	Pengertian Minat Beli.....	25
2.4.2	Indikator Minat Beli	26
2.5	Keputusan Pembelian	28
2.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	28
2.5.2	Indikator Keputusan Konsumen	29
2.6	Tinjauan Penelitian Terdahulu	30
2.7	Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis	35
2.7.1	Kerangka Pemikiran Teoritis	35
2.7.2	Hipotesis	37
BAB III	METODE PENELITIAN	40
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	40
3.1.1	Variabel Penelitian	40
3.2	Definisi Operasional.....	41
3.3	Populasi dan Sampel.....	46
3.3.1	Populasi	46
3.3.2	Sampel Penelitian.....	46
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	47
3.4.1	Jenis dan Sumber Data	47
3.4.2	Data Primer.....	48
3.4.3	Data Sekunder.....	48
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	48
3.6	Uji Instrumen	49
3.6.1	Uji Validasi.....	49

3.6.1 Uji Reliabilitas	50
3.7 Uji Normalitas	51
3.8 Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1. Hasil Penelitian	61
4.1.1 Sejarah Singkat Dressy Gallery Kudus	61
4.1.2 Karakteristik Responden	61
4.1.3 Deskriptif Variabel Penelitian	63
4.1.4 Analisis Data.....	68
4.1.5 Uji Analisa Data.....	69
4.1.5.1 Pengujian Konfirmatori Variabel Eksogen.....	69
4.1.5.2 AnalisisFaktor Konfirmatori Konstruk Variabel Eksogen	69
4.1.5.3 Analisis Konfirmatori Variabel Endogen	71
4.1.5.4 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen...73	
4.1.6 AnalisisStructural Equation Modelling(SEM).....	75
4.1.7 Pengujian Normalitas	77
4.1.8 Uji Hipotesis	78
4.1.9 Besarnya Nilai Pengaruh Langsung (Direct) atau Pengaruh Nilai Tidak Langsung (Indirect).....	82
4.2 Pembahasan	84
4.2.1 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli..	84
4.2.2Pengaruh Kemudahan Transaksi Terhdap Minat Beli	85
4.2.3Pengaruh Pengalaman Berbelanja Terhadap	

Minat Beli.....	85
4.2.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	87
4.2.5 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian.....	88
4.2.6 Pengaruh Pengalaman Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian	88
4.2.7 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian ...	89
4.2.8 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	89
Melalui Minat Beli.....	91
4.2.10 Pengaruh Pengalaman Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli	91
BAB V PENUTUP	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN - LAMPIRAN	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1.....	3
Table 1.2 Data Penjualan Dressy Gallery	7
Table 1.3 Uji Goodness Of Fit.....	58
Table 4.1 Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	61
Table 4.2 Responden Berdasarkan Frekuensi Penelitian	62
4.3 Deskripsi Variabel Kepercayaan Konsumen	63
4.4 Deskripsi Variabel Kemudahan Penggunaan Transaksi	64
4.5 Deskripsi Variabel Pengalaman Berbelanja	65
4.6 Deskripsi Variabel Minat Beli	66
4.7 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	67
4.8 Uji Model Goodness Of Fit Variabel Eksogen.....	70
4.9 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen Regression Weights	71
4.10 Uji Model Goodness Of Fit Variabel Endogen	72
4.11 Uji Model Goodness Of Fit Variabel Endogen	73
4.12 Uji Model Goodness Of Fit Variabel Penelitian.....	75
4.13 Uji Normalitas.....	77
4.14 Scalar Estimates (Group Number I-Default Model)	78
4.15 Hasil Direct Effect.....	81
4.16 Hasil Estimasi Indirect Effect Dan Total Effect	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet Di Indonesia Pada Januari 2020	4
Gambar 1.2 Grafik Nilai Pertumbuhan Transaksi E-Commerce Pada Tahun 2017-2020.....	5
Gambar 1.3 Kerangka Pikir.....	36
Gambar 4.1 Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan	69
Gambar 4.2 Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan	69
Gambar 4.3 Konfirmatori Variabel Endogen	72
Gambar 4.4 Output Full Model SEM Sebelum Perbaikan.....	74
Gambar 4.5 Output Full Model SEM Setelah Perbaikan.....	75

