



**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN ONLINE
(*E-SERVICE QUALITY*) DAN KEPERCAYAAN (*TRUST*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

HUSNI MUBAROQ

NIM. 201711087

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN ONLINE
(*E-SERVICE QUALITY*) DAN KEPERCAYAAN (*TRUST*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh:

HUSNI MUBAROQ

NIM. 201711087

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN ONLINE (*E-SERVICE QUALITY*) DAN KEPERCAYAAN (*TRUST*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK

Nama : Husni Mubaroq

NIM : 2017-11-087

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 13 AGUSTUS 2024

Pembimbing I



(Dr. Dra. MAMIK INDARYANI, M.S)
NIDK. 8908501024

Pembimbing II



(MIRA MEILIA MARKA, S.E., M.M)
NIDN 0606058801

Mengetahui.,

Ketua Program Studi Manajemen



(NOOR INDAH RAHMAWATI, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN ONLINE (*E-SERVICE QUALITY*) DAN KEPERCAYAAN (*TRUST*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK

Nama : Husni Mubaroq
NIM : 2017-11-087
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 16 SEPTEMBER 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Dr. Dra. MAMIK INDARYANI, M.S.)
NIDK. 8908501024

Mengetahui

Dekan



(Dr. Kertati Sumekar., S.E., M.M.)
NIDN.0616077304

Pembimbing II



(MIRA MEILIA MARKA, S.E., M.M.)
NIDN 0606058801

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Dengan kembali bertaubat kepadaNya dan bertakwalah kepadaNya serta dirikanlah shalat dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang mempersekutukan Allah

(Ar-Rumm ayat 31)

PERSEMBAHAN :

1. Ayah serta Ibuku tercinta
2. Almamater UMK.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmah, berkah dan inayahnya, sehingga skripsi dengan judul **PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN ONLINE (*E-SERVICE QUALITY*) DAN KEPERCAYAAN (*TRUST*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK** ampu penulis selesaikan. Penulis menyusun skripsi sebagai salah satu bentuk dari syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Sewaktu proses penyelesaian skripsi, penulis mendapat beragam bimbingan dan bantuan berarti dari beragam pihak. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini penulis bermaksud mengucapkan banyak terimakasih kepada :

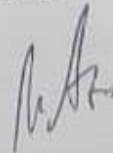
1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE, MM, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus
3. Noor Indah Rahmawati, SE, MM, sebagai Ketua Program Studi (Kaprodi) Manajemen Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Dra. Mamik Indaryani, M.S sebagai dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan yang sangat bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.
5. Mira Meilia Marka, S.E.,M.M, selaku pembimbing II yang sudah memberi nasehat, arahan dan bimbingan kepada penulis hingga skripsi ini selesai.

6. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus dan segala civitas akademik yang sudah menyumbangkan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis.
7. Tidak hanya itu, terimakasih penulis haturkan pada seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang mensupport pen selama menempuh studi di Kampus.
8. Sekaligus segala pihak yang tidak mampu disebutkan oleh penulis satu persatu, yang mana mereka telah menyumbangkan seluruh tenaga dan pikiran serta doa sampai skripsi ini tersusun dengan maksimal.

Sampai pada titik ini, saya sebagai penulis sadar bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, sehingga penulis berharap kritik dan saran menjadi pembangun yang lebih baik dalam skripsi ini. Pungkas kata semoga skripsi ini bermanfaat. Amin.

Kudus, 14 SEP 2024

Peneliti



HUSNI MUBAROQ

NIM. 201711087

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN ONLINE (*E-SERVICE QUALITY*) DAN KEPERCAYAAN (*TRUST*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK

HUSNI MUBAROQ

NIM. 2017-11-087

Pembimbing I. Dr. Dra. Mamik Indaryani, M.S

II. Mira Meilia Marka, S.E.,M.M

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini memiliki tujuan menganalisis pengaruh promosi, kualitas pelayanan online (*E-Service Quality*), dan kepercayaan (*Trust*) terhadap keputusan pembelian online shop Bukalapak.. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif statistik dengan menguji hipotesis. Sampel penelitian sebanyak 135 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data di proses dengan program SPSS versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan promosi, kualitas pelayanan online (*E-Service Quality*), dan kepercayaan (*Trust*) baik secara parsial maupun secara berganda atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Konsumen online shop Bukalapak.

Kata kunci : promosi, kualitas pelayanan online (*e-service quality*), kepercayaan (*Trust*) dan keputusan pembelian

*THE INFLUENCE OF PROMOTION, E-SERVICE QUALITY AND TRUST ON
THE PURCHASE DECISION OF BUKALAPAK ONLINE SHOP CONSUMERS*

HUSNI MUBAROQ

NIM. 2017-11-087

Advisor I. Dr. Dra. Mamik Indaryani, M.S

II. Mira Meilia Marka, S.E.,M.M

MURIA KUDUS UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS PROGRAM STUDY OF MANAGEMENT

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of promotion, online service quality (E-Service Quality), and trust on the purchase decision of Bukalapak online shop. This type of research is statistically descriptive by testing hypotheses. The research sample was 135 respondents. Data collection uses questionnaires. Data analysis is in the process with the SPSS version 23 program.

The results of the study show that promotion, online service quality (E-Service Quality), and trust (Trust) both partially and in multiple or together have an effect on

Keywords: promotion, e-service quality, trust, purchase decisions

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	6
1.3. Perumusan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Promosi	11
2.2. Kualitas Pelayanan Online (<i>E-Service Quality</i>)	14
2.3. Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	16
2.4. Keputusan Pembelian	18
2.5. Pengaruh Antar Variabel	21
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu	26
2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	34
2.8. Hipotesis	35
BAB.III. METODE PENELITIAN	33
3.1. Rancangan Penelitian	36
3.2. Variabel Penelitian	36
3.3. Definisi Operasional Variabel	36
3.4. Jenis dan Sumber Data	39
3.5. Populasi dan Sampel	41
3.6. Pengumpulan Data	42
3.7. Uji Instrumen Data	42
3.8 Analisis Data	45
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	57
4.2. Penyajian Data	57
4.3. Analisis Data	61
4.4 Pembahasan	68

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1. Kesimpulan	91
5.2. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	93



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Rating Ulasan Penjualan Jual Beli <i>Online</i> di Google Playstore	4
Tabel 1.2 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Januari-Desember 2023.....	6
Tabel 3.1. Skor Atas Jawaban Kuesioner	46
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan...	62
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi.....	64
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan Online	65
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	66
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	67
Tabel 4.8. Analisis validitas variabel Promosi	68
Tabel 4.9. Analisis Validitas Variabel Kualitas pelayanan online	69
Tabel 4.10. Analisis Validitas Variabel Kepercayaan	70
Tabel 4.11. Analisis Validitas Variabel Keputusan Pembelian	70
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.13. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	72
Tabel 4.14. Uji Normalitas	74
Tabel 4.15. Uji Heteroskedastisitas	75
Tabel 4.16. Output Uji Multikolineritas	76
Tabel 4.17. Uji Multikolineritas	76
Tabel 4.18. Hasil Output Estimasi dan Uji t/ Regresi Parsial	77
Tabel 4.19. Hasil Estimasi Regresi	77
Tabel 4.20. Hasil Analisis Parsial	79
Tabel 4.21. Hasil Pengujian Berganda	83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Tren Pengunjung Website Bukalapak,	2
Gambar 2.1. 2023.....	34
Gambar 4.1. Kerangka Pikir Teoritis	60
Gambar 4.2. Uji Normalitas	73

