



**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN,
KUALITAS LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BUKALAPAK
(STUDI PADA PENGGUNA BUKALAPAK DI PATI)**

Oleh

DIANA PUSPITAWATI

202111029

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

PERSETUJUAN RANCANGAN JUDUL SKRIPSI

Nama : DIANA PUSPITAWATI
NIM : 202111029
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Dosen Pembimbing : Mira Meilia Marka, S.E., M.M.
Konsentrasi : Pemasaran
Judul : **"PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BUKALAPAK (STUDI PADA PENGGUNA BUKALAPAK DI PATTI)"**

Telah mendapat persetujuan pada tanggal 8 Juni 2024

Kudus, 8 Juni 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen,



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

Menyetujui,
Dosen Pembimbing,



(Mira Meilia Marka, S.E., M.M.)
NIDN. 0606058801

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI
KEMUDAHAN, KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BUKALAPAK
(STUDI PADA PENGGUNA BUKALAPAK DI PATI)**

Nama : Diana Puspitawati

Nim : 202111029

Prodi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus : 05 Maret 2025

Mengetahui,
Ketua Program Studi



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

Pembimbing



(Mira Meilia Marka, S.E., M.M)
NIDN. 0606058801

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI
KEMUDAHAN, KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BUKALAPAK
(STUDI PADA PENGGUNA BUKALAPAK DI PATI)**

Nama : Diana Puspitawati
Nim : 202111029
Prodi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 05 Maret 2025

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Pembimbing


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


(Mira Meilia Marka, S.E., M.M)
NIDN. 0606058801

Mengetahui,
Dekan


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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya...”

(Q.S Surah Al-Baqarah: 286)

PERSEMBAHAN:

1. Ayah serta Ibuku tercinta

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah, serta inayahnya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Bukalapak (Studi Pada Pengguna Bukalapak di Pati)”.

Penelitian ini banyak memperoleh bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan sepuh hati peneliti mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak berikut ini:

1. Dr. Kertati Sumekar, SE, MM, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian ini.
2. Noor Indah Rahmawati, SE, MM. selaku Ketua Program Studi (Kaprodi) Manajemen Universitas Muria Kudus, yang telah memberi layanan akademik hingga terselesainya pendidikan peneliti.
3. Mira Meilia Marka, SE., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, saran, dan kemudahan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
4. Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus dan segala civitas akademik yang sudah menyumbangkan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis. Tidak hanya itu, terima kasih penulis haturkan pada seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang mensupport penulis selama menempuh studi di kampus.
5. Semua 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.
6. Almamater tercinta Universitas Muria Kudus.

Penulis memahami dalam menyusun Skripsi ini masih jauh dari selesai kata sempurna namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampaan agar dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Oleh karena itu, segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan, agar kelak penulis mampu menciptakan karya yang lebih berkualitas dan memberikan manfaat bagi setiap pembacanya.

Kudus, 25 Februari 2025

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Diana', with a long horizontal stroke extending to the right.

Diana Puspitawati

202111029

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN,
KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BUKALAPAK (STUDI PADA
PENGGUNA BUKALAPAK DI PATI)**

DIANA PUSPITAWATI

NIM. 202111029

Pembimbing: Mira Meilia Marka, SE., M.M

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini memiliki tujuan menganalisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Bukalapak. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, sehingga pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, pengolahan data menggunakan Statistic Product Service Solution (SPSS) versi 25.0. Hasil temuan menyatakan bahwa Persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bukalapak; Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bukalapak; Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bukalapak; Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bukalapak. Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bukalapak.

Kata Kunci : Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kualitas Layanan, Kepercayaan, Keputusan Pembelian.

**THE INFLUENCE OF PERCEIVED BENEFITS, PERCEIVED
CONVENIENCE, SERVICE QUALITY AND TRUST ON PURCHASING
DECISIONS AT BUKALAPAK (STUDY ON BUKALAPAK USERS IN PATI)**

DIANA PUSPITAWATI
NIM. 202111029

Advisor: Mira Meilia Marka, SE, M.M.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY
PROGRAM

ABSTRACTION

This study aims to analyze the effects of perceived benefits, perceived convenience, service quality, and trust on purchasing decisions at Bukalapak. This research is quantitative, and data collection was conducted using a questionnaire, with data processing performed using the Statistical Product and Service Solutions (SPSS) version 25.0. The findings indicate that perceived benefits have a positive but insignificant effect on purchasing decisions at Bukalapak; perceived convenience has a positive and significant effect on purchasing decisions at Bukalapak; service quality has a negative and insignificant effect on purchasing decisions at Bukalapak; and trust has a positive and significant effect on purchasing decisions at Bukalapak. Overall, perceived benefits, perceived convenience, service quality, and trust influence purchasing decisions at Bukalapak.

Keywords: Perceived Benefits, Perceived Ease, Service Quality, Trust, Purchasing Decisions.

DAFTAR ISI

	Hlm
HALAMAN SAMPUL	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI.....	vii
<i>ABSTRACTION</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	11
1.3 Perumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Perilaku Konsumen	15
2.2 Persepsi Manfaat.....	16
2.2.1 Pengertian Persepsi Manfaat.....	16
2.2.2 Indikator Persepsi Manfaat	17
2.3 Persepsi Kemudahan	19
2.3.1 Pengertian Persepsi Kemudahan.....	19
2.3.2 Indikator Persepsi Kemudahan	20
2.4 Kualitas Layanan	21
2.4.1 Pengertian Kualitas Layanan.....	21
2.4.2 Indikator Kualitas Layanan	22
2.5 Kepercayaan	23
2.5.1 Pengertian Kepercayaan.....	23
2.5.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepercayaan.....	23
2.5.3 Indikator Kepercayaan.....	24
2.6 Keputusan Pembelian.....	25
2.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian	25

2.6.2	Indikator Keputusan Pembelian.....	27
2.7	Pengaruh Antar Variabel.....	29
2.7.1	Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Pembelian	29
2.7.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian	29
2.7.3	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.7.4	Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.8	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	32
2.9	Kerangka Pemikiran Teoritis	36
2.10	Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Rancangan Penelitian	39
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Penelitian	39
3.2.1	Variabel Penelitian.....	39
3.2.2	Definisi Operasional	40
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	44
3.3.1	Data Primer	44
3.3.2	Data Sekunder.....	44
3.4	Populasi dan Sampel	45
3.4.1	Populasi	45
3.4.2	Sampel.....	45
3.5	Pengumpulan Data.....	46
3.6	Uji Instrumen Data.....	46
3.6.1	Uji Validitas.....	46
3.6.2	Uji Reliabilitas	49
3.7	Pengolahan Data	50
3.8	Analisis Data.....	51
3.8.1	Analisis Deskriptif	51
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	51
3.8.3	Analisis Regresi Berganda.....	52
3.8.4	Uji Hipotesis	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Gambaran Umum Objek Perusahaan	56
4.2	Penyajian Data	57
4.2.1	Identitas Responden.....	57

4.2.2	Penilaian Responden Terhadap Variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Bukalapak	59
4.3	Analisis Data.....	63
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	63
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	64
4.3.3	Uji Hipotesis	69
4.4	Pembahasan	73
4.4.1	Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Pembelian	73
4.4.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian	74
4.4.3	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian.....	76
4.4.4	Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian.....	77
4.4.5	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		82
5.1	Kesimpulan	82
5.2	Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....		85
LAMPIRAN		90