

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP
TRUST DAN PURCHASING INTENTION PADA
WWW.KASKUS.CO.ID**



Oleh:

ACHMAD GHUFRON

NPM: 13.1.02.08410

Program Studi : Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2018**

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP
TRUST DAN PURCHASING INTENTION PADA
WWW.KASKUS.CO.ID**



Oleh:

ACHMAD GHUFRON

NPM: 13.1.02.08410

Program Studi : Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2019**

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP
TRUST DAN PURCHASING INTENTION PADA
WWW.KASKUS.CO.ID**

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi: Manajemen

Konsentrasi: Manajemen Pemasaran

Oleh:

ACHMAD GHUFRON

NPM: 13.1.02.08410

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA
2019**

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP
TRUST DAN PURCHASING INTENTION PADA
WWW.KASKUS.CO.ID**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**ACHMAD GHUFRON
NPM : 13.1.02.08410**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal 27 April 2019**

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Suwitho, M.Si.

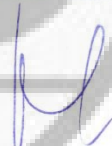
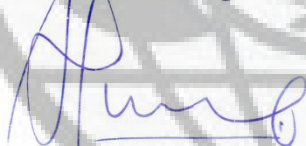
**Anggota : 1. Dr. Sonang Sitohang, S.M.I., M.M.
2. Dr. Nur Laily, M.Si.**

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Suwitho, M.Si.

Dr. Triyonowati, M.Si.

Ketua STIESIA



Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **ACHMAD GHUFRON**

N.P.M : **13.1.02.08410**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP *TRUST* DAN
PURCHASING INTENTION PADA WWW.KASKUS.CO.ID**

Diajukan untuk diuji pada tanggal 27 April 2019, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat sebagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 27 April 2019



Achmad Ghufron

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Achmad Ghufron
NPM : 13.1.02.08410
Program Studi : S1 Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 17November 1994
Agama : Islam
Jumlah saudara/anak yang ke : 1 (satu) /1 (satu)
Alamat : Jl. Kedung Turi3 No. 09 Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Didik Syamsul Annam
Alamat Rumah/Telepon : Jl. Kedung Turi3 No. 09 Surabaya
Alamat Kantor/Telepon : Jl. Kedung Turi 3 No. 07 Surabaya
Pekerjaan/Jabatan : Wirausaha

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN Sawahan 1 Surabaya tahun 2007
2. Tamat SLTP di SMP Ta'miriyah Surabaya tahun 2010
3. Tamat SLTA di SMA Ta'miriyah Surabaya tahun 2013
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-XI	2013-2018	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Pekerjaan	Pangkat/Gol	Bidang
2016-Sekarang	Wirausaha	-	Advertaising

Dibuat dengan sebenarnya

Achmad Ghufron

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan ini digunakan untuk memenuhi syarat guna mendapatkan gelar sarjana ekonomi jurusan Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Adapun dalam penyusunan skripsi ini, diambil judul **“Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap *Trust* Dan *Purchasing Intention* Pada WWW.KASKUS.CO.ID”**. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, sehingga dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat membangun guna demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan dari semua pihak, maka dalam kesempatan ini saya ingin sampaikan terima kasih dengan tulus, ikhlas dan rendah hati kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dr. Triyonowati, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

3. Bapak Dr. Suwitho, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan petunjuk, saran dan arahan serta membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
4. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menjalankan studi di bangku kuliah sehingga mendapatkan sebagai bahan dasar penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Staf dan Karyawan keluarga besar Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
6. Kedua orang tua saya tercinta ayah dan mama yang telah memberikan bekal, nasehat, motivasi, doa serta dukungan baik secara moral maupun materi sehingga penulis bisa menjalankan studi dengan lancar.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Akhir kata semoga skripsi yang telah tersusun ini dapat memberikan sumbangsih ilmu yang bermanfaat bagi setiap pembaca dan almamater tercinta.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surabaya,

2019

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMBUNG DALAM SKRIPSI	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	9
BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran dan Internet.....	10
2.1.2 <i>The Theory Planned Behavior</i>	12
2.1.3 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	13
2.1.4 <i>Perceived Ease of Use</i>	15
2.1.5 <i>Perceived Usefulness</i>	16
2.1.6 <i>Purchasing intention</i>	17
2.1.7 Niat Transaksi Secara <i>Online (purchasing intention)</i>	19
2.1.8 <i>E-commerce</i>	20

1. Definisi <i>E-commerce</i>	20
2. Klasifikasi <i>E-commerce</i>	20
2.1.9 Belanja <i>Online</i>	22
2.1.10 <i>Social Commerce</i>	23
2.1.11 <i>Recommendations & Referrals</i>	25
2.1.12 <i>Ratings & Reiews</i>	27
2.1.13 <i>Forum & Communities</i>	28
2.1.14 <i>Trust</i>	30
2.1.15 Hubungan Antara Variabel	32
1. Hubungan <i>Recommendations Referrals</i> Terhadap <i>Trust</i>	32
2. Hubungan <i>Ratings & Reviews</i> Terhadap <i>Trust</i>	33
3. Hubungan <i>Forums & Communities</i> Terhadap <i>Trust</i>	34
4. Hubungan <i>Trust</i> Terhadap <i>Purchasing</i> <i>Intention</i>	35
5. Hubungan <i>Perceied Ease of Use</i> Terhadap <i>Purchasing Intention</i>	35
6. Hubungan <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Purchasing Intention</i>	36
2.2 Penelitian Sebelumnya	37
2.3 Hipotesis dan Model Analisis	38
2.3.1 Hipotesis	38
2.3.2 Model Analisis	38
BAB 3 : METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Obyek) Penelitian .	40
3.1.1 Jenis Penelitian	40
3.1.2 Populasi	40
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	41
3.3 Teknik Pengumpulan data	41

3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	42
3.4.1 Identifikasi Variabel	42
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	43
3.5 Teknis Analisis Data.....	49
3.5.1 Uji Kualitas Data	49
3.5.2 Uji Hipotesis	50
3.5.3 Pengembangan Model Teoritis	51
3.5.4 Pengembangan Diagram Alur (<i>Path Diagram</i>)	51
3.5.5 Konversi Diagram Alur Ke Dalam Persamaan	52
BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Hasil Penelitian	55
4.1.1 Gambaran Umum Mengenai Subjek dan Objek Penelitian	55
4.2 Hasil <i>Pretest</i>	56
4.2.1 Hasil Uji Validitas <i>Pretest</i>	56
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	58
4.3 Deskripsi Hasil Data Penelitian	59
4.3.1 Deskripsi Karakteristik Responden	59
4.3.2 Deskripsi Variabel Penelitian	61
4.4 Analisa Model dan atau Pembuktian Hipotesis	65
4.4.1 Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>)	65
4.4.2 Pengujian Hipotesis	68
4.5 Pembahasan	71
BAB 5 : PENUTUP	78
5.1 Simpulan	78
5.2 Saran	78
JADWAL PENELITIAN	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1 <i>Top sites in Indonesia</i>	7
2 Lima Situs Jual Beli Online dengan Kunjungan Terbanyak di Indonesia	7
3 Indeks Pengujian Kelayakan Model	54
4 Hasil Uji Validitas <i>Pretest</i>	57
5 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pretest</i>	58
6 Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
7 Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Usia Responden.....	60
8 Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
9 Karakteristik Profil Responden Pendapatan / Uang Saku	60
10 Kategori Mean dari Skor Interkal	61
11 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel <i>Recommendations & Referrals</i>	62
12 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel <i>Ratings & Reviews</i>	62
13 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel <i>Forums&Communities</i>	63
14 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	63
15 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	64
16 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel <i>Purchasing Intention</i>	64
17 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel <i>Trust</i>	65
18 Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran	66

19 Evaluasi Terhadap Koefisien Model Struktural dan
Kaitannya dengan Hipotesis Penelitian69



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Bagan <i>The Theory Planned Behavior</i> , Azjen 1975	12
2. Bagan <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	14
3. Proses terbentuknya <i>Social Commerce</i>	24
4. Model Analisis Penelitian	38
5. Model Pengukuran Hasil <i>Calculate AMOS</i>	66



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Tabulasi Data Responden
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Data AMOS
- Lampiran 6 Hasil Uji Good Fit Model AMOS
- Lampiran 7 Hipotesis
- Lampiran 8 Surat Pengantar ke Dosen Pembimbingan
- Lampiran 9 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
- Lampiran 10 Surat Keterangan Ijin Riset
- Lampiran 11 Surat Keterangan Selesai Riset
- Lampiran 12 Sertifikat Seminar Hasil Penelitian

