

**PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN
DAN KEMUDAHAN PELANGGAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE
DI SITUS SHOPEE**

**(Studi Pada Mahasiswa Fakultas FEBI Jurusan Ekonomi Syariah
Tahun Akademik 2018-2019 UIN SMH Banten)**

SKRIPSI

Diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Sultan Maulana Hasanuddin Banten
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

BINTI NUR AZIZAH

NIM: 151401630

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
2019 M/1441 H**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas dan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarisme atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 30 September 2019

Materai 6000

Binti Nur Azizah
NIM. 151401630

ABSTRAK

Nama: Binti Nur Azizah, NIM:151401630 Judul Skripsi: Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Kemudahan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs Shopee (Studi pada Mahasiswa FEBI Jurusan Ekonomi Syariah Tahun Akademik 2018-2019 UIN SMH Banten).

Semakin meningkatnya akses masyarakat terhadap internet, khususnya pada situs Shopee. Dimana dalam situs Shopee, disediakan ruang untuk bertransaksi jual beli sebuah produk. Artinya fenomena mengenai pembelian produk melalui situs online di Shopee yang berkembang di masyarakat.

Dari latar belakang masalah di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu 1).Apakah ada pengaruh antara Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian secara Online di situs Shopee pada Mahasiswa FEBI Jurusan Ekonomi Syariah Tahun Akademik 2018-2019 UIN SMH Banten?2). Apakah ada pengaruh antara Kemudahan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian secara Online di situs Shopee pada Mahasiswa FEBI Jurusan Ekonomi Syariah Tahun Akademik 2018-2019 UIN SMH Banten?

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu 1). Untuk mengetahui uji analisis pengaruh antara Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian secara Online di situs Shopee pada Mahasiswa FEBI Jurusan Ekonomi Syariah Tahun Akademik 2018-2019 UIN SMH Banten. 2). Untuk mengetahui uji analisis pengaruh antara Kemudahan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian secara Online di situs Shopee pada FEBI Jurusan Ekonomi Syariah Tahun Akademik 2018-2019 UIN SMH Banten.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara pengisian angket. Sampel yang digunakan sebanyak 53 responden dimana pengambilan sampelnya menggunakan teknik *sampling insidental*. Teknik analisa yang adalah regresi berganda, dengan perangkat uji statistik, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dibuktikan dari nilai $t_{hitung} 1,159 < t_{tabel} 2,00856$ dengan signifikansi $0,252 > 0,05$. (2) Kemudahan pelanggan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dari $t_{hitung} 8,279 > t_{tabel} 2,00856$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan Kepercayaan Pelanggan dan Kemudahan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, dibuktikan dari $F_{hitung} 37,090 > F_{tabel} 3,18$ dengan signifikansi $0,000 > 0,05$. Didapat nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 59,7%. Sisanya 40,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kepercayaan, Kemudahan dan Keputusan Pembelian Online



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN

Jl. Jenderal Sudirman No. 30 Serang 42118 Telp.(0254) 2003323 Fax.(0254) 200022

Nomor : Nota Dinas

Lamp : 1 (satu) Eksemplar

Hal : **Pengajuan Munaqasah**

a.n. Binti Nur Azizah

NIM :151401630

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN SMH Banten

Di –

Serang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudari **Binti Nur Azizah, NIM: 151401630** dengan judul Skripsi "***Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Kemudahan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs Shopee (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Tahun Akademik 2018-2019 UIN SMH Banten)***", diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi Ujian Munaqasyah pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera di munaqasyahkan.

Demikian, atas segala perhatian Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 30 September 2019

Pembimbing I

Prof. Dr. H. M. A. Tihami, MA, M.M

NIP. 195108151981031004

Pembimbing II

Ratu Humaemah, S. Hum. M.Si

NIP. 198003102011012008

PERSETUJUAN

PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN KEMUDAHAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI SITUS SHOPEE

(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan
Ekonomi Syariah Tahun Akademik 2018-2019 UIN SMH Banten)

Oleh:

Binti Nur Azizah
NIM. 151401630

Menyetujui,

Pembimbing I



Prof. Dr. H. M. A. Tihami, MA., M.M
NIP. 195108151981031004

Pembimbing II



Ratu Humaemah, S. Hum. M.Si
NIP. 198003102011012008

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Nihayatul Masykurah, M.SI.
NIP. 19640212 199103 2 003

Mengetahui,

Ketua

Jurusan Ekonomi Syariah



Hj. Mukhlisatul Jannah, M.M., M.Ak.
NIP. 19740822 200501 2 003

PENGESAHAN

Skripsi a.n. Binti Nur Azizah NIM: 151401630 yang berjudul: *"Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Kemudahan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs Shopee (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2018-2019 UIN SMH Banten)"*, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 23 Oktober 2019, skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Sidang Munaqasyah:

Ketua Merangkap Anggota,

Sekretaris Merangkap Anggota,



Mukhlisatul Jannah, M.M., M.Ak
NIP. 19740822 200501 2 003

Irmatul Hasanah M.Si
NIP. 1991 08302019032021

Anggota:

Penguji I,

Penguji II,



Surahman, M.E
NIP. 19810911201503 003

Havid Bisvanto, M. Sc
NIP. 19851025 201503 1 005

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Prof. Dr. H. M. A. Tihami, MA., M.M
NIP. 195108151981031004

Ratu Humaemah, S. Hum. M.Si
NIP. 198003102011012008

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah yang telah memberikan kekuatan serta memberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua yang paling kusayangi

Ibu tercinta Umi Nandirah dan Bapak Kusaini sebagai tanda bukti dan rasa terima kasih yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan kasih sayang yang tak terhingga

Terima kasih juga ku ucapkan kepada kakak tercinta M. Saifudin yang telah membiayai kuliah dan seluruh kebutuhan saya selami ini selalu memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan pendidikan S1 ini.

Sahabat seperjuangan Siti Yuliana dan Hafidatul Haeriyah yang telah membantu dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Teman-teman Jurusan Ekonomi Syariah kelas A tahun Akademik 2015 yang telah membantu, memberi semangat serta memotivasi dalam pembuatan skripsi.

MOTTO

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ
الْخَبِيثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Katakanlah: "Tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan".

(Q.S Al-Maidah : 100)

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Nganjuk pada tanggal 14 Juni 1997, yang kemudian diberi nama Binti Nur Azizah oleh orang tua penulis. Penulis merupakan putri kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Kusaini dan Umi Nandirah yang beralamat di kampung Baleturi Rt 016 Rw 007 Desa Baleturi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk Jawa Timur

Pendidikan yang pernah ditempuh penulis yaitu pada tingkat sekolah dasar di MI Roudlatul Huda Baleturi lulus pada tahun 2009, lalu melanjutkan ke MTsN Tanjung Tani lulus pada tahun 2012, dan kemudian melanjutkan pendidikan di MAN 3 Prambon lulus pada tahun 2015. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri, tepatnya di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah.

Demikian riwayat hidup dari penulis.

Binti Nur azizah
NIM. 151401630

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, hidayah dan inayah-Nya kepada penulis. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat, tabi'in, dan orang-orang yang senantiasa mengikuti dan melaksanakan sunnahnya sampai akhir zaman.

Alhamdulillah berkat pertolongan Allah SWT dan usaha yang sungguh-sungguh penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul ***“Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Kemudahan pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs Shopee (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Tahun Akademik 2018-2019 UIN SMH Banten)”***, Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat menempuh ujian Sarjana Ekonomi pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Hal ini disebabkan karena terbatasnya kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Untuk itu,

kiranya pembaca dapat memaklumi atas kelemahan dan kekurangan yang ditemui dalam skripsi ini.

Penulis juga menyadari bahwa sejak awal penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini banyak pihak yang telah membantu dan memberi dukungan. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. Fauzul Iman, M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bergabung dan belajar di lingkungan Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.S.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah mendorong penyelesaian studi dan skripsi penulis.
3. Ibu Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.Ak., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Terima kasih arahan dan ilmu-ilmu yang Ibu berikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Prof. Dr. H. M. A. Tihami, MA, M.M dan Ratu Humaemah, S. Hum. M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi.

Terima kasih atas bimbingan dan arahan serta ilmu-ilmu yang Bapak dan Ibu berikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Kepada Ibu, Bapak, Adek. Terimakasih sudah menguatkan dengan segala cara agar penulis selalu semangat untuk menyelesaikan tugas akhir.
6. Kepada Kakak. Terima kasih yang telah membiayai kuliah dan kebutuhan saya selama ini.
7. Bapak Surahman, M.E dan Bapak Havid Risyanto, M.Sc. Terima kasih bersedia menjadi penguji I dan penguji II dalam sidang munaqosyah penulis, sehingga penulis mendapatkan gelar sarjana.

Akhir kata, penulis berharap semoga seluruh bantuan dan motivasi yang disumbangkan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini menjadi amal shaleh serta mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya, serta menjadi salah satu penyumbang dan pelengkap ilmu pengetahuan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Serang, 30 September 2019

Binti Nur azizah
NIM. 151401630

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB 1 : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	8
D. Perumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	10
G. Kerangka Pemikiran	12
H. Sistematika Pembahasan	15
BAB II : KAJIAN TEORITIS	
A. Konsep Jual Beli Online	17
1. Pengertian Jual Beli	17
2. Macam-Macam Jual Beli	18
3. Kekurangan dan Kelebihan Transaksi Online	20
B. Konsep E-commerce	22
1. Pengertian E-commerce	22
2. Jenis-jenis E-commerce	24
3. Manfaat E-commerce	25

C.	Konsep Pemasaran Online.....	27
D.	Konsep Kepercayaan.....	28
	1. Dimensi Kepercayaan.....	30
E.	Konsep Kemudahan.....	32
	1. Dimensi Kemudahan.....	33
F.	Konsep Keputusan Pembelian.....	35
	1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	35
	2. Proses Keputusan Pembelian.....	37
	3. Cakupan Keputusan Pembelian.....	41
G.	Hubungan Antar Variabel.....	43
H.	Penelitian Terdahulu.....	45
I.	Hipotesis.....	47

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A.	Waktu Dan Tempat Penelitian.....	49
B.	Populasi Dan Sampel.....	49
C.	Skala Pengukuran Variabel.....	52
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	54
E.	Teknik Analisis Data.....	55
F.	Uji Asumsi Klasik.....	57
G.	Uji Hipotesis.....	61
H.	Operasional Variabel Peneliti.....	64

BAB IV : PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A.	Gambaran Subjek Penelitian.....	68
	1. Sejarah Shopee.....	68
	2. Profil Responden Penelitian.....	70

	3. Karakteristik Responden.....	71
B.	Uji Persyaratan Analisis.....	75
	1. Analisis Deskriptif.....	75
	2. Uji Validitas.....	78
	3. Uji Reliabilitas.....	82
C.	Uji Asumsi Klasik.....	83
	1. Uji Normalitas.....	83
	2. Uji Heterokedastisitas.....	85
	3. Uji Multikolinearitas.....	87
	4. Uji Autokorelasi.....	89
	5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	91
D.	Uji Hipotesis.....	92
	1. Uji T (Parsial).....	92
	2. Uji F (Simultan).....	96
	3. Koefisien Korelasi.....	98
	4. Koefisien Determinasi.....	100
E.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	102
BAB V	:	PENUTUP
A.	Kesimpulan.....	105
B.	Saran.....	108

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert.....	53
Tabel 3.2 Kriteria Pengujian Dengan Uji Durbin Watson	60
Tabel 3.3 Tabel Korelasi dan Kekuatan Hubungan	63
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	66
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan intensitas dalam 6 Bulan Terakhir	73
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan intensitas dalam 6 Bulan Terakhir.....	74
Tabel 4.5 Output SPSS 20 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan (X1).....	75
Tabel 4.6 Output SPSS 20 Statistik Deskriptif Variabel Kemudahan(X2)	76
Tabel 4.7 Output SPSS 20 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	77
Tabel 4.8 Output SPSS 20 Uji Validitas Variabel Kepercayaan(X1)	79
Tabel 4.9 Output SPSS 20 Uji Validitas Variabel Kemudahan(X2)	80
Tabel 4.10 Output SPSS 20 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	81

Tabel 4.11 Output SPSS 20 Uji Reliabilitas Seluruh Variabel yang dijabarkan	82
Tabel 4.12 Output SPSS 20 Uji Normalitas (<i>Kolmogorov Smirnov</i>)	83
Tabel 4.13 Output SPSS 20 Uji Heterokedastisitas... ..	87
Tabel 4.14 Output SPSS 20 Uji Multikolinearitas	88
Tabel 4.15 Output SPSS 20 Uji Autokorelasi	89
Tabel 4.16 Output SPSS 20 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	91
Tabel 4.17 Output SPSS 20 Uji t (Parsial)	93
Tabel 4.18 Output SPSS 20 Uji F (Simultan)	97
Tabel 4.19 Output SPSS 20 Uji Koefisien Korelasi	98
Tabel 4.20 Output SPSS 20 Uji Koefisien Determinasi	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	14
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas	84
Gambar 4.2 P-Plot Uji Normalitas	85
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas	86
Gambar 4.4 Statistik durbin Watson	90
Gambar 4.5 Daerah Penolakan dan Penerimaan.....	95

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Hafidz dan Yahya Abdurrahman, *Bisnis & Muamalah Kontemporer*, Bogor: Al-Azhar Freshzone Publishing, 2014]
- Adityo, Benito, dkk , “*Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian online Disitus Kaskus.*” Repository Jurnal Universitas Diponegoro, 2015
- Alma, Buchori dan donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2014
- Alwafi, Fachriji Dan Rijal Hari Magnadi, “ *Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi Dan Kepercayaan Terhadap Toko*”, Diponegoro Journal Of Manajemen, Vol. 5, No. 2 Tahun 2016
- Ardyanto, Denni, dkk, “Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 22 No. 1 Mei 2015
- Asnawi, Nur dan Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah*, Depok: Rajawali Pers, 2017, Edisi 1, Cet. 1
- Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: PUSTAKA BELAJAR, 1998, Edisi 1, Cetakan 1.
- Casson, Mark, *Enterprenuership:Teori, Jejaring, Sejarah*, Depok: RajaGrafindo Persada, 2012, Cet. Ke-1
- Fitri, Nurul, “*Pengaruh Penjualan Online Terhadap Volume Penjualan*” (Studi di Agen Hijab Arrafi), Skripsi Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam UIN SMH Banten, 2017

- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Hermawan, Agus, *Komunikasi Pemasaran*, Malang: Erlangga, 2012
- Iswara, Danu, “*Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Media Sosial Instagram di Yogyakarta)*”, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2016
- Philip, Kotler & Keller Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 2, Jakarta: PT Indeks, 2009
- Pramono Hari, Adi, “*Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online di jejaring sosial facebook*”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBIMA)* Vol. 2 No. 2 September, 2014
- Regina Picaully, Maria, “*Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget di Shopee Indonesia*”, *Jurnal Manajemen Maranatha*, Vol. 18 No. 1 Tahun 2018
- Rochaety, Ety dan Ratih Tresnati, *Metodologi Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS*, Mitra Wacana Media, 2007
- Sahrani, Sohari dan Rufah Abdullah, *Fiqih Muamalah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011
- Singarimbun Masri dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: PT. Pustaka LP3ES, 1989
- Sudaryono, *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2015
- Sugiarto, *Teknik Sampling*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: CV Alfabeta, 2017, Cet. Ke-26

- Sujarweni, V. Wiranta, Poly Endrayanto, *Statistika Untuk Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012
- Suliyanto, *Ekonometrika Terapan-Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2011
- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen “Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran”*, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia: 2004
- Sunarto, *Manajemen Pemasaran 2*, Yogyakarta:USTpress Yogyakarta, 2006
- Wahyudin, Rasman, *“Pengaruh Aplikasi Online Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Antar Jemput”*, Skripsi Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten, 2017
- Anonim, Sepuluh Toko Online Terbaik di Indonesia, [Http://tekno.liputan6.com/read/306821/ini-10-toko-online-terbaik-di-Indonesia](http://tekno.liputan6.com/read/306821/ini-10-toko-online-terbaik-di-Indonesia) (diakses pada 03 Februari 2019 pukul 19.00 WIB).
- <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Shopee> (diakses pada 13 September 2019 pukul 19.00 WIB)
- <http://m.liputan6.com/tekno/read/2379358/ini-yang-bikin-shopee-beda-dengan-aplikasi-belanja-online-lainnya>. (diakses pada 13 September 2019 pukul 20.00 WIB)

LAMPIRAN-LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI SITUS SHOPEE

Dengan hormat, saudara/I sekalian

Bersama ini saya memohon kesediaannya untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Informasi yang diberikan sebagai data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi pada program Sarjana Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten dengan judul “ Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs Shopee”.

Informasi ini merupakan bantuan yang sangat berarti dalam penyelesaian data peneliti. Atas bantuan dan kesediaan Saudara/I untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Petunjuk pengisian jawaban kuesioner. Berilah tanda check list (√) pada kolom isian yang disediakan sesuai dengan jawaban Anda.

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :
2. Nomor Induk Mahasiswa :
3. Kelas :
4. Usia :
5. Jenis Kelamin :

Laki-laki

Perempuan

6. Intensitas pembelian dalam 6 bulan terakhir :

2-5 (dua – lima kali)

>5 (lebih dari lima kali)

7. Apakah sebulan terakhir ini melakukan pembelian atau berbelanja di situs Shopee?

Ya

Tidak

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Bacalah sejumlah pertanyaan ini dengan teliti.
2. Anda dimohon untuk memberikan jawaban sesuai dengan keadaan anda secara objektif dengan memberikan tanda check list (√) pada salah satu kriteria yang paling mewakili diri anda untuk setiap pertanyaan.
3. Pilihan jawaban yang tersedia adalah :
STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

R : Ragu-ragu

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

4. Skor yang diberikan tidak mengandung nilai jawaban benar-salah melainkan menunjukkan kesesuaian penilaian anda terhadap isi setiap pertanyaan.
5. Hasil penelitian ini hanya untuk kepentingan akademis saja. Identitas diri anda akan dirahasiakan dan hanya diketahui oleh peneliti.

C. KUESIONER

1. Kepercayaan

No.	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1.	Shopee menyediakan rating penilaian produk					
2.	Shopee memproses dengan cepat terhadap produk yang dipesan konsumen					
3.	Shopee memberikan respon cepat terhadap komentar konsumen					
4.	Shopee melindungi informasi personal pelanggan					
5.	Shopee mengirimkan barang pesanan tepat pada alamat pelanggan					
6.	Shopee mengembalikan dana jika					

	barang tidak sampai ke konsumen					
7.	Shopee mengembalikan dana jika stok barang habis					
8.	Shopee menjamin produk yang dipasarkan					
9.	Shopee mengirimkan barang ke pelanggan sesuai dengan pesanan					
10.	Harga barang di Shopee lebih terjangkau dari pada di situs lain					

2. Kemudahan

No.	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1.	Shopee sebagai sarana jual beli online yang mudah untuk digunakan					
2.	Shopee memudahkan konsumen dengan fitur yang diupgrade					
3.	Shopee mempermudah konsumen untuk mengakses produk yang dibutuhkan					
4.	Proses pembelian produk melalui shopee mudah dan aman					
5.	Shopee mempermudah konsumen dalam memberikan <i>feed back</i> ke penjual					
6.	Shopee mempermudah penjual dan					

	pembeli dalam berinteraksi melalui chat					
7.	Proses pengiriman produk melalui Shopee lebih cepat dan terjamin					
8.	Shopee mempermudah konsumen untuk melihat proses pengiriman					
9.	Sistem COD di Shopee mempermudah konsumen untuk berbelanja					
10.	Shopee mempermudah konsumen dalam transaksi pembayaran karena dapat dilakukan di alfamart, indomart, transfer bank, dll					

3. Keputusan Pembelian

No.	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1.	Shopee mempermudah konsumen untuk melihat rincian produk yang akan dibeli					
2.	Brand produk mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan					
3.	Shopee menyediakan gratis ongkir untuk konsumen					
4.	Koin di Shopee membuat konsumen tertarik untuk melakukan transaksi					