

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN DAN
PROMOSI *E-COMMERCE* SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *ONLINE* DI KECAMATAN TIKUNG**

SKRIPSI



Oleh:

DINDA NURFIKA APRILIA

NIM. 041910010

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM LAMONGAN
2023**

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN DAN
PROMOSI *E-COMMERCE* SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *ONLINE* DI KECAMATAN TIKUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas – Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Universitas Islam Lamongan



Oleh:

DINDA NURFIKA APRILIA

NIM. 041910010

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM LAMONGAN**

2023

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan Penggunaan,
Kepercayaan Dan Promosi *E-Commerce* Shopee Terhadap
Keputusan Pembelian *Online* Di
Kecamatan Tikung

Nama Mahasiswa : Dinda Nurfika Aprilia

NIM : 041910010

telah memenuhi syarat untuk diujikan

Lamongan, 06 Januari 2023

Pembimbing I



Dr. MOHAMMAD YASKUN, S.E., M.M
NIDN. 0726038407

Pembimbing II



LULUK NUR AZIZAH, S.Pd., M.Pd
NIDN. 0715068802

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN DAN
PROMOSI E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ONLINE DI KECAMATAN TIKUNG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

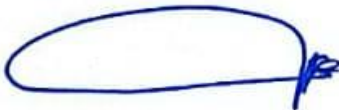
DINDA NURFIKA APRILIA
NIM. 041910010

Telah dipertahankan di depan Dosen Penguji

Pada tanggal: 21 Juli 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing I



Dr. MOHAMMAD YASKUN, S.E., M.M
NIDN. 0726038407

Penguji I



DHITA DORA DAMAYANTI, SE., M.M
NIDN. 0709059201

Pembimbing II



LULUK NUR AZIZAH, S.Pd., M.Pd
NIDN. 0715068802

Penguji II



LILIK NUR CHOLIDAH, S.E., M.M
NIDN. 0730069003

Lamongan, 26 Juli 2023

Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Lamongan

Dekan



Dr. NURUL BADRIYAH, S.E., M.M.
NIDN : 0019047502

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : DINDA NURFIKA APRILIA
NIM : 041910010
Tempat, Tanggal Lahir : Lamongan, 03 April 2000
Alamat : Dsn. Pilanggadung 1/7 Ds. Tambakrigadung
Kec. Tikung Kab. Lamongan

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul : “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Promosi *E-Commerce* Shopee Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Di Kecamatan Tikung” adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar -benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya sesuai dengan aturan dan perundangan yang berlaku.

Lamongan, 26 Juli 2023



Dinda Nurfika Aprilia

MOTTO

“Jangan Lupa Bebuat Baik”

**THE INFLUENCE OF EASE OF USE, TRUST AND PROMOTION OF
E-COMMERCE SHOPEE ON ONLINE PURCHASE DECISIONS IN
TIKUNG DISTRICT**

DINDA NURFIKA APRILIA

NIM. 041910010

ABSTRACT

The objectives of this study are: 1. To find out and analyze the effect of ease of use on online purchasing decisions using E-commerce through shopee in Tikung District. 2. To find out and analyze the effect of trust on online purchasing decisions using E-commerce through shopee in Tikung District. 3. To find out and analyze the influence of promotions on online purchasing decisions using E-commerce through shopee in Tikung District. 4. To find out and analyze the effect of ease of use, trust, and promotion on online purchasing decisions using E-commerce through shopee in Tikung District. 5. To find out the variables that are more dominant and influence online purchasing decisions using E-commerce through shopee in Tikung District.

This research is a research using quantitative methods. The population in this study are Shopee users in Tikung District. The sampling technique used purposive sampling method with the slovin formula obtained a total sample of 100 people. The data collection technique uses online questionnaires that have been tested for validity and reliability. While data analysis uses the classical assumption test, multiple linear regression, t test, F test, and the coefficient of determination. This research starts in November 2022 until March 2023.

The results of this study stated that the Ease of Use Variables (X1), Trust (X2), Promotion (X3) have a partial effect on Purchase Decision Variables (Y). Simultaneously the variables of ease of use, trust and promotion simultaneously have a significant effect on Shopee Online Purchase Decisions in Tikung District. And the Ease of Use Variable is the most influential variable because the results of the t test with the smallest significant value and the t test with the largest calculated t value are found in variable X1.

Keywords: Ease of Use, Trust, Promotion, and Purchase Decision

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN DAN
PROMOSI *E-COMMERCE* SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *ONLINE* DI KECAMATAN TIKUNG**

DINDA NURFIKA APRILIA

NIM. 041910010

RINGKASAN

Tujuan Penelitian ini adalah : 1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian online menggunakan *E-commerce* melalui shopee di Kecamatan Tikung. 2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian online menggunakan *E-commerce* melalui shopee di Kecamatan Tikung. 3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian online menggunakan *E-commerce* melalui shopee di Kecamatan Tikung. 4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan promosi terhadap keputusan pembelian online menggunakan *E-commerce* melalui shopee di Kecamatan Tikung. 5. Untuk mengetahui Variabel yang lebih dominan dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian online menggunakan *E-commerce* melalui shopee di Kecamatan Tikung.

Penelitian ini merupakan penelitian menggunakan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna Shopee yang ada di Kecamatan Tikung. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan rumus slovin didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 Orang. Teknik pengumpulan data menggunakan pengisian kuisioner secara online yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Sedangkan analisis data menggunakan uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Penelitian ini dimulai pada bulan November 2022 hingga Maret 2023.

Hasil dari Penelitian ini menyatakan bahwa Variabel Kemudahan Penggunaan (X1), kepercayaan (X2), Promosi (X3) berpengaruh secara parsial terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y). Secara simultan variabel kemudahan penggunaan, kepercayaan dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee di Kecamatan Tikung. Dan Variabel Kemudahan Penggunaan adalah variabel yang paling berpengaruh karena hasil uji t yg nilai signifikan nya paling kecil dan uji t nya nilai t hitung nya paling besar terdapat pada variabel X1.

Kata Kunci : Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Promosi, dan Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis diberi kesempatan untuk dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Promosi *E-Commerce* Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Kecamatan Tikung”** Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat akademis bagi mahasiswa dalam menyelesaikan tugas perkuliahan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa kerja keras, ridho Allah SWT dan juga bimbingan serta bantuan dari beberapa pihak, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan secara tepat waktu. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Abdul Ghofur, S.E.,M.Si selaku Rektor Universitas Islam Lamongan.
3. Ibu Nurul Badriyah, S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan
4. Mohammad Yaskun, S.E., M.M selaku ketua program studi Ekonomi Manajemen
5. Mohammad Yaskun, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dengan penuh kesabaran sampai terselesainya skripsi ini.
6. Luluk Nur Azizah, S.Pd., M.Pd selaku dosen pembimbing II yang telah

banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dengan penuh kesabaran sampai terselesainya skripsi ini.

7. Seluruh Dosen dan Staff TU Fakultas Ekonomi yang telah banyak Membantu penulis selama mengemban Pendidikan di Universita Islam Lamongan
8. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Amin dan Khususnya Almarhumah Ibu Pani yang tahun 2023 ini meninggalkanku, atas segala do'a dan kasih sayangnya yang tidak henti memberikan segalanya dan menjadikan anaknya sebagai pribadi yang lebih baik lagi, mandiri dan berpendidikan tinggi serta bermanfaat bagi banyak orang. Semoga hasil ini menjadi langkah awal untuk menuju kehidupan yang lebih baik di kemudian hari. Dan Gelarku ini aku hadiahkan kepada kedua oragtuaku. Amin.
9. Diri sendiri, terima kasih karena telah berjuang bersama dan bertahan sejauh ini dengan melawan ego serta mood yang tidak tentu selama penyusunan skripsi ini, selalu berusaha sebaik mungkin dan selalu optimis dalam keadaan apapun.
10. Zudi Prasetyo, Anugrah yang telah menjadi teman, sahabat sekaligus orang spesial yang tiada hentinya mensupport, mendengarkan keluh kesah serta meluangkan waktunya untuk membantu maupun menemani penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
11. Teman – teman jurusan Manajemen A Angkatan 2019 khususnya Fety, Dinda, dan Anggun. Semoga kebersamaan dan persaudaraan ini tidak akan pernah terputus. Semoga apa yang sudah kita lewati bersama terkenang dengan manis. Sukses selalu untuk kita semua

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi harapan penulis semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua.

Lamongan, 26 Juli 2023

Penulis



Dinda Nurfika Aprilia

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DEPAN	
SAMPUL DALAM.....	i
PERSETUJUAN DOSEM PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
ABSTRACT.....	vi
RINGKASAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Keputusan Pembelian.....	13
2.2.2 Kemudahan	18
2.2.3 Kepercayaan.....	20
2.2.4 Promosi	23
2.2.5 E- Commerce	25

2.3 Kerangka Berfikir	28
2.4 Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian	30
3.1.1 Waktu dan Lokasi Penelitian	30
3.1.2 Lokasi Penelitian	30
3.2 Jenis Penelitian.....	30
3.3 Teknik Penarikan Sampel	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	31
3.4 Metode pengumpulan data	33
3.4.1 Jenis Data	33
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5 Operasional Variabel.....	34
3.5.1 Variabel Dependen (Terikat)	35
3.5.2 Variabel Independen (Bebas).....	35
3.6 Metode analisi data	37
3.6.1 Uji Stastistik Diskriptif	37
3.6.2 Uji Kualitas Data.....	37
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.6.5 Pengujian Hipotesis	41
3.7 Jadwal Penelitian.....	43
BAB IV KEADAAN UMUM PERUSAHAAN.....	44
4.1 Gambaran Umum Perusahaan Shopee.....	44
4.2 Visi Misi Perusahaan	45
4.3 Struktur Organisasi Perusahaan Shopee	47
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
5.1 Gambaran Objek Penelitian	50

5.2 Karakteristik Responden	50
5.2.1 Jenis Kelamin	51
5.2.2 Usia	51
5.2.3 Akumulasi Pembelian Menggunakan Aplikasi Shopee Dalam 6 bulan terakhir	52
5.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	52
5.3.1 Kemudahan Penggunaan X1	52
5.3.2 Kepercayaan X2.....	54
5.3.3 Promosi X3	56
5.3.4 Keputusan Pembelian.....	57
5.4 Hasil Penelitian	59
5.4.1 Uji Validitas	59
5.4.2 Uji Reabilitas	60
5.4.3 Uji Normalitas.....	64
5.4.4 Uji Multikolinieritas.....	66
5.4.5 Uji Heterokesidasitas	64
5.4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	66
5.4.7 Uji T	67
5.4.8 Uji F	69
5.4.9 Uji Koefisien Determinasi	70
5.5 Pembahasan.....	71
5.5.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan E-Commerce Shopee terhadap Keputusan Pembelian Online di Kecamatan Tikung	71
5.5.2 Pengaruh Kepercayaan E-Commerce Shopee terhadap Keputusan Pembelian Online di Kecamatan Tikung.....	71
5.5.3 Pengaruh Promosi E-Commerce Shopee terhadap Keputusan Pembelian Online di Kecamatan Tikung.....	72
5.5.4 Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Promosi E-Commerce Shopee terhadap Keputusan Pembelian Online di Kecamatan Tikung.....	73
5.5.5 Kemudahan Penggunaan Variabel yang paling berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Online di Kecamatan Tikung.....	74

BAB VI PENUTUP	75
6.1 Kesimpulan	75
6.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

2.1 Matrik Penelitian Terdahulu	10
3.1 Skala Likeart	37
3.2 Jadwal Penelitian.....	43
5.1 Jenis Kelamin Responden	51
5.2 Jenis Kelamin Responden	51
5.3 Akumulasi Pembelian Responden	52
5.4 Akumulasi Jawaban Responden	52
5.5 Akumulasi Jawaban Responden	54
5.6 Akumulasi Jawaban Responden	56
5.7 Akumulasi Jawaban Responden	57
5.8 Hasil Uji Validitas.....	59
5.9 Hasil Uji Reabilitas	60
5.10 Hasil Uji Normalitas	61
5.11 Hasil Uji Multikolinieritas	64
5.12 Uji Heteroskedastisitas Metode Uji Glejser.....	65
5.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
5.14 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	68
5.15 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	69
5.16 Hasil Uji Koefesien Determinasi	70
5.17 Hasil Uji T.....	74

DAFTAR GAMBAR

2.1 Proses Keputusan Pembelian	16
2.2 Kerangka Berfikir	28
3.1 Kurva Distribusi Uji T	41
4.1 Logo Perusahaan	45
4.2 Struktur Organisasi Pt Shoppe Internasional Indonesia.....	47
5.1 Grafik Normalitas Plot.....	62
5.2 Grafik Histogram	63
5.3 Uji Heteroskedastisitas Metode grafik.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 : Data Identitas Responden

Lampiran 3 : Tabulasi Kuisisioner Responden

Lampiran 4 : Hasil Out Put SPSS

Lampiran 5 : Lembar Bimbingan Skripsi