

**ANALISIS PENGARUH *E-SERVICESCAPE* TERHADAP *TRUST* DAN
REPURCHASE INTENTION PADA *WEBSITE SHOPEE INDONESIA***

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



**Oleh:
Risaldi
1151001132**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Risaldi

NIM : 1151001132

Tanda Tangan :



Tanggal : 12 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:




Nama : Risaldi
NIM : 1151001132
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi :

“Analisis Pengaruh *E-Servicescape* terhadap *Trust* dan *Repurchase Intention* pada Website Shopee Indonesia”.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Dudi Rudianto, SE, M.Si.
Penguji I : Aurino Rilman A. Djamaris, Ir., M.M
Penguji II : Muchsin Saggaff. S., M.Sc., MBA, Ph.D

()
()
()

13/8-19

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 12 Agustus 2019

**“ANALISIS PENGARUH *E-SERVICESC* TERHADAP *TRUST* DAN
REPURCHASE INTENTION DENGAN PADA WEBSITE SHOPEE
INDONESIA”.**

RISALDI

ABSTRAK

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian pengujian hipotesis guna menguji pengaruh variable dalam *e-servicescape* terhadap *trust* dan *repurchase intention*. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yang dilakukan pada pengunjung *website* Shopee Indonesia, yang berniat untuk melakukan pembelian kembali atau transaksi di *website* Shopee. Penelitian ini mengambil jumlah responden sebanyak 100 responden.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi dengan *software* SPSS, untuk menguji hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian dapat disimpulkan: 1) *aesthetic appeal* tidak berpengaruh terhadap *trust*, 2) *layout and functionality* tidak memiliki pengaruh terhadap *trust*, 3) *financial security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*, 4) *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*.

Kata Kunci : *e-servicescape, aesthetic appeal, layout and functionality, financial security, trust, repurchase intention.*

**ANALYSIS OF THE IMPACT OF E-SERVICESCPE TOWARD TRUST
AND REPURCHASE INTENTION IN SHOPEE INDONESIA’S WEBSITE.**

Risaldi

ABSTRACT

The object of the study was examine the impact of e-servicescape toward trust and repurchase intention. This research used the purposive sampling. Who intend to conduct transaction with Shopee Indonesia website. This research took 100 respondents.

The SPSS software was used to analyze the hypothesis formulated in this research. The result of this study conclude that: 1) aesthetic appeal does not have effect on trust; 2) layout and functionality does not have effect on trust, 3) financial security has a positive effect and significance on trust; 4) trust has positive effect and significance on repurchase intention.

Keyword: e-servicescape, aesthetic appeal, layout and functionality, financial security, trust, repurchase intention.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Dudi Rudianto, SE, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas bantuannya selama pekerjaan tugas akhir ini, terima kasih juga atas segala saran yang telah diberikan Bapak kepada saya, dan maaf bapak jika selama proses bimbingan saya banyak melakukan kesalahan.
2. Bapak Aurino Rilman A. Djamaris, Ir., M.M selaku dewan pembahas dan penguji. Terima kasih banyak atas waktunya serta segala saran yang telah Bapak berikan kepada saya baik untuk perbaikan penulisan tugas akhir ini maupun bagi perbaikan diri saya kedepannya.
3. Bapak Muchsin Saggaff. S., M.Sc., MBA, Ph.D selaku penguji. Terima kasih banyak atas waktunya serta segala saran yang telah Bapak berikan kepada saya baik untuk perbaikan penulisan tugas akhir ini maupun bagi perbaikan diri saya kedepannya.
4. Segenap dosen dan seluruh *staff* akademik yang selalu membantu dalam memberikan fasilitas, ilmu, serta pendidikan pada peneliti hingga dapat menunjang dalam penyelesaian tugas akhir ini.
5. Mas Ali Syahbana selaku *staff* perpustakaan universitas bakrie yang selalu berbaik hati lengkap dengan keramahannya dalam membantu penulis dalam aktivitas peminjaman buku dll.
6. Papa Rahman (Almarhum) dan mama Tini selaku kedua orang tua peneliti. Rasanya ucapan terima kasih saja tidak akan pernah cukup untuk

membalas segala jasa-jasa kalian. Terima kasih telah menjadi orang tua terhebat selama ini. Aku persembahkan gelar sarjana ini untuk kalian berdua.

7. Kakak-kakak saya yang luar biasa dalam memberi segala dukungan, motivasi dan doa tanpa henti. Kak Risma, Kak Wandu yang selama ini sudah menjadi kakak sekaligus sahabat bagi saya.
8. Yoga Pradiptya selaku teman terdekat di prodi Manajemen Universitas Bakrie yang selalu memberikan bantuan pertama, masukan, motivasi dan nasehat serta pemberi semangat selama berkuliah di Universitas Bakrie.
9. Dearestyka Siallagan, Wulan Hardiana, Tiara Rasheeda, Yani Kartika, Dewi Karenina, Erdian Saputri, Made Cherren, Jordy Revindra, Kevin Eriyang, Naufal Fawaz, teman terbaik di prodi manajemen yang selalu sabar membantu dan memberi motivasi selama berkuliah di Universitas Bakrie dan tugas akhir (skripsi).
10. Teman-teman satu atap, Asrama Mahasiswa Kalimantan Timur (AMKT) Enggang Jakarta: Lalu, Pascal, Yhanto, Fernando, Febri, terima kasih untuk terus menyemangati setiap hari dalam setiap langkah pengerjaan Tugas Akhir ini.
11. Sahabat-sahabat Group DPR (lintas prodi Universitas Bakrie); Hafiz Aditya, Arya Ramadhan, Irfandy, Fadly, Fiki, Rizki, Bagus Ardianto, Ogi, Terry, terima kasih selalu memberikan dukungan dalam mengerjakan tugas akhir ini.
12. Sahabat-sahabat tetangga di rumah Tanggul (Handil Muara Jawa, Kutakartanegara, Kalimantan Timur) yaitu Ojie, Azwar, Rinal atas kebersamaan kita, doa dan dukungannya.
13. Sahabat-sahabat dari SMP & SMA, yaitu Alvian, Teddy, Azir, Nata, Marina, Adis(Almarhum), Adinda, Mame, Agustina, Vivi, Dimas, Tika, Arif Suherman, Yhanti, Diana, Rega, Alam, Ellin, Rezapratama, Rhizki, Bhisma Tzaka, Epank. Terimakasih untuk kebersamaan kita, doa dan dukungan kalian.

14. Fernando, Mas Agus, Rifqi Fauzan & Vina yang telah bersedia meminjamkan laptop sehari-hari seperti milik sendiri dan membantu dalam pengerjaan tugas akhir dan mengelolah data peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
15. Organisasi Keluarga Pelajar Mahasiswa Kalimantan Timur (KPMKT) Cabang Jakarta, terimakasih telah mendukung penulis.
16. Keluarga besar dan para staff Anjungan Kalimantan Timur Taman Mini Indah Indonesia (TMII) yang selalu memberikan motivasi dan dukungan.
17. Himpunan Mahasiswa Manajemen 2016/2017, terima kasih telah mendukung penulis.
18. Seluruh teman-teman Manajemen Universitas Bakrie 2015. Saya banyak belajar dari mereka.
19. Serta teman-teman Universitas Bakrie yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
20. Keluarga besar dan para staff Anjungan Kalimantan Timur Taman Mini Indah Indonesia (TMII) yang selalu memberikan motivasi dan dukungan.
21. Mas Guntur, Mba Ratri, Mba Nana selaku karyawan PT Bumi Resources Tbk, yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama mengerjakan tugas laporan dan tugas akhir.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT, berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 12 Agustus 2019

Risaldi

1151001132

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Risaldi
NIM : 1151001132
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Kuantitatif

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada kepada Universitas Bakrie, **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Pengaruh *E-Servicescape* terhadap *Trust* dan *Repurchase Intention* pada Website Shopee Indonesia”.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 12 Agustus 2019

Yang Menyatakan,



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABLE	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	9
2.1 Pengertian <i>Marketing</i> (Pemasaran)	9
2.2 Karakteristik Jasa	10
2.3 Teori Servicescape	11
2.4 Teori E-servicescape	11
2.4.1 <i>Aesthetic Appeal</i>	12
2.4.2 <i>Layout and Functionality</i>	13
2.4.3 <i>Financial Security</i>	13
2.5 Teori <i>Trust (Trust in the website)</i>	14
2.6 Teori <i>Repurchase Intention</i>	15
2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu	17
2.8 Kerangka Konseptual	18
2.9 Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Objek Penelitian.....	22
3.2 Pendekatan Penelitian.....	22

3.3	Populasi dan Sample Penelitian	22
3.4	Teknik Pengambilan Sample	23
3.5	Sumber Data Penelitian	23
3.5.1	Data Primer	23
3.4.1.1	Metode Pengumpulan Skala Kuesioner	24
3.5.2	Data Sekunder	24
3.6	Definisi Operasionalisasi Variabel.....	25
3.7	Teknik Analisis Data	26
3.7.1	Uji Instrumen Penelitian.....	26
3.7.1.1	Uji Validitas	26
3.7.1.2	Uji Reliabilitas	26
3.8	Metode Analisis Data	27
3.8.1	Analisis Regresi Linier	27
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	28
3.8.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	30
BAB VI HASIL PENELITIAN.....		31
4.1	Karakteristik Responden	31
4.2	Analisis Data.....	32
4.2.1	Pre-test Kuesioner	32
4.2.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	34
4.3	Uji Analisis Regresi	35
4.3.1	Pengaruh <i>Aesthetic Appeal, Layout & Functionality, Financial Security</i> , terhadap <i>trust</i>	35
4.3.1.1	Uji F	36
4.3.1.2	Analisis Parsial atau Uji t	37
4.3.1.3	Uji Asumsi Klasik.....	38
4.3.2	Koefisiensi determinasi (R^2)	40
4.3.3	Pengaruh <i>Trust</i> (Kepercayaan) Terhadap <i>Repurchase Intention</i> (Niat Pembelian Kembali)	41
4.3.3.1	Uji t	41
4.3.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	42
4.3.4	Koefisiensi determinasi (R^2)	44
4.4	Pembahasan dan Implikasi	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		48
5.1 Kesimpulan		48
5.2 Saran		49

DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	56

DAFTAR TABLE

Tabel 1.1 Perilaku Belanja Online di Indonesia	4
Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	17
Table 3 .1 Skala Numerik.....	24
Table 3.2 Operasional Variabel.....	25
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	31
Tabel 4.2 Pre-Test Uji Validitas & Uji Reliabilitas	33
Tabel 4.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	34
Tabel 4.4 Analisis Linier Berganda	36
Tabel 4.5 Uji Simulthan	36
Tabel 4.6 One- Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	38
Tabel 4.7 Uji Multikolinieritas	39
Tabel 4.8 Koefisien Determinasi (R ²)	40
Tabel 4.9 Uji Regresi Linier Sederhna Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	41
Tabel 4.10 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	42
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi (R ²)	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 .1 Hasil Survey	2
Gambar 2 .1 Kerangka Konseptual.....	19
Gambar 4.1 Uji Heterokedastisitas	40
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kuesioner.....	56
Lampiran 2.1 Tabulasi Kuesioner.....	60
Lampiran 3.1 Uji Validitas.....	64
Lampiran 4.1 Uji Realibilitas	67
Lampiran 5.1 Uji Normalitas 1 dan 2	68
Lampiran 6.1 Uji Multikolineritas	69
Lampiran 7.1 Uji Simulthan 1 dan 2.....	70
Lampiran 8.1 Uji Heterokedastisitas 1 dan 2	71
Lampiran 9.1 Uji Koefisien Determinasi 1 dan 2.....	72