

**ANALISIS KONFIRMATORI VARIABEL KEPERCAYAAN, KUALITAS
INFORMASI, DAN PENGETAHUAN TEKNOLOGI INTERNET YANG
MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE***

(Studi Pada Konsumen Situs Jual Beli Tokobagus.com)

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Lutfi Ardiansyah

09610202

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2013

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS KONFIRMATORI VARIABEL KEPERCAYAAN,
KUALITAS INFORMASI, DAN PENGETAHUAN TEKNOLOGI INTERNET
YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE
(Studi pada Konsumen Situs Jual Beli Tokobagus.com)**

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : **Lutfi Ardiansyah**

NIM : **09610202**

Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 2 Nopember 2013 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : **Dr. Widayat, M.M**

Penguji II : **Dr. Fien Zulfikarijah, M.M.**

Penguji III : **Drs. Eko Handayanto, M.M.**

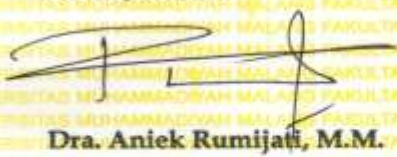
Penguji IV : **Dr. Marsudi, M.Si.**

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,


Dr. Nazruddin Malik, M.Si.

Ketua Jurusan,


Dra. Aniek Rumijati, M.M.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan puji syukur “Alhamdulillah” penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi, dan Pengetahuan Teknologi Internet Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* (Studi pada Konsumen Situs Jual Beli Tokobagus.com)” disusun untuk memenuhi serta melengkapi syarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi, program studi Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang. Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Muhadjir Effendy M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dra. Aniek Rumijati, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
4. Dr. Marsudi, M.M selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah meluangkan waktunya untuk mengoreksi serta memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.
5. Drs. Eko Handayanto , M.M selaku Dosen Pembimbing kedua yang penuh kesabaran telah memberikan bimbingan serta petunjuk hingga selesainya penulisan skripsi ini.
6. Drs. Warsono, M.M selaku Dosen Wali kelas D Angkatan 2009 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
7. Bapak dan Ibu Dosen beserta staf pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
8. Kedua Orangtuaku, ayah dan ibu terima kasih atas segala do'a restu , kasih

sayang, semangat, serta segalanya yang telah engkau berikan. Semoga bisa membalas segala kebaikan yang pernah engkau berikan.

9. Teman- teman seperjuangan Achmad Reza, Nindy, Yunita Nanda, Sangkala Rahmat, Fariz Muzaky, Rachmat Agung , Nizar Zulmi, Dwi Satya dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu terima kasih banyak atas semua dukungan, semangat, serta kebersamaannya. Kebersamaan dan canda tawa kita takkan pernah dilupakan.
10. Teman-teman Manajemen D yang luar biasa, terima kasih untuk masukan dan kekompakan kalian.
11. Sahabat- sahabat TR yang selalu berbagi canda tawa yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih atas canda tawa dan semangatnya.
12. Semua pihak yang telah memberikan sumbangan tenaga dan pikiran dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih bantuannya.

Penulis berterima kasih atas semua yang mereka berikan, semoga mendapat limpahan rahmad dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Hal ini karena terbatasnya kemampuan penulis sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Malang, 20 Oktober 2013

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	
1. Tujuan Penelitian	6
2. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEPTUAL	
A. Kajian Penelitian Terdahulu.....	8
B. Kajian Teori	
1. Perilaku Konsumen	9
1.1 Keputusan Pembelian	11
2. <i>E-Commerce</i>	14
3. Kepercayaan (<i>trust</i>).....	15
4. Kualitas Informasi.	17
5. Pengetahuan Teknologi Internet	20

C. Kerangka Konsep dan Hipotesis	
1. Kerangka Konseptual Penelitian	22
2. Hipotesis.....	23

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian.....	24
B. Populasi dan Sampel	
1. Populasi	24
2. Sampel.....	25
C. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	26
D. Metode dan Prosedur Pengumpulan Data	
1. Sumber Data	27
2. Prosedur Pengumpulan Data	28
E. Teknik Pengukuran dan Pengskalaan Data	28
F. Uji Instrumen	
1. Uji Validitas	29
2. Uji Reliabilitas.....	31
G. Teknik Analisis Data	
1. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	32
2. Analisis Faktor Konfirmatori	32
3. Evaluasi Model.....	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Obyek.....	41
B. Karakteristik Responden	42
C. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	
1. Mengenai Variabel <i>Kepercayaan</i>	50
2. Mengenai Variabel <i>Kualitas Informasi</i>	51

3. Mengenai Variabel <i>Pengetahuan Teknologi Internet</i>	52
D. Analisis Data	
1. Analisis Konfirmatori Faktor	
a. Menguji Model Pengukuran.....	53
b. Validitas Konstruksi.....	61
E. Pembahasan	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	69
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual	23
Gambar 3.1 Model Analisis Konfirmatori	34
Gambar 4.1 Path Diagram Tahap 1	55
Gambar 4.2 Path Diagram Tahap 2.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Perkembangan Situs Tokobagus.com.....	5
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel dan Indikatornya	26
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas.....	30
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas.....	32
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Menurut Jenis kelamin	42
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Menurut Usia.....	43
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Menurut Jenis Pekerjaan	44
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Menurut Waktu Mengenal Tokobagus.com	45
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Menurut Dari Siapa Mengenal Tokobagus.com	46
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Menurut Frekuensi Kunjungan Tokobagus.com	47
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Menurut Frekuensi Pembelian.....	48
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Menurut Jumlah Penghasilan	49
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden mengenai Variabel <i>Kepercayaan</i>	50
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden mengenai Variabel <i>Kualitas Informasi</i>	51
Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden mengenai Variabel <i>Pengetahuan Teknologi Internet</i>	52
Tabel 4.12	Kriteria Fit	56
Tabel 4.13	<i>Regression Weight</i>	56

Tabel 4.14 <i>Standardized Regression Weights</i>	57
Tabel 4.15 Perbandingan Model Tahap 1 dan Tahap 2	59
Tabel 4.16 <i>Regression Weight</i>	60
Tabel 4.17 <i>Standardized Regression Weights</i>	61
Tabel 4.18 <i>Standardized Regression Weights</i>	62
Tabel 4.19 <i>Correlation</i>	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	74
Lampiran 2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	79
Lampiran 3. Daftar Data Reponden	82
Lampiran 4. Daftar Distribusi Jawaban Reponden	89
Lampiran 5. Diagram Jalur Tahap 1	92
Lampiran 6. <i>Output</i> Tahap 1	93
Lampiran 7. Diagram Jalur Tahap 2	94
Lampiran 8. Output Tahap 2	95
Lampiran 9. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	96

DAFTAR PUSTAKA

- Ann Pearson, Suresh Tadisina, and Chris Griffin. 2012. *The Role Of Eservice Quality And Information Quality In Creating Web Site Loyalty*, Journal of Information System Management – ISM, vol. 29, no. 3, pp. 201-215, 2012
- Benito Adityo, 2011, *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online*, Universitas Diponegoro, Semarang
- Carolina Lopez-Nicolasa and Francisco Jose´ Molina-Castillo. 2008. *Customer Knowledge Management and E-commerce: The role of customer perceived risk*. International Journal of Information Management 28 (2008) 102–113
- Compeau, D. and Higgins, C.A. 1995. *Application of sosial cognitive theory to training for computerskills*. Journal of Information Systems. Vol. 6 No. 2. h. 118-43.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Semarang: BP UNDIP
- Ghozali, Imam. 2008 *Model – Model Persamaan Struktural Konsep”, Dan Aplikasi Dengan Program Amos 16.0*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang
- Indrajit, R. E. 2001. *E-commerce, Kiat, dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Elex Media Komputindo, Jakarta
- James, A O’Briens. (2005). *Pengantar Sistem Teknologi Informasi Perspektif Bisnis dan Manajerial (Versi Bahasa Indonesia)*. Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat
- Jogiyanto, HM, 2005, “*Analisis dan Desain Sistem Informasi Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*”, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi ke-8, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lala Sularto, 2004. *Pengaruh Privasi ,Kepercayaan Dan Pengalaman Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui Internet*. Jurnal Ekonomi & Bisnis No. 3, Jilid 9, Tahun 2004

- Leisa Reinecke Flynn and Ronald E. Goldsmith. 2001. *The Impact of Internet Knowledge on Online Buying Attitudes, Behavior, and Future Intentions: A Structural Modeling Approach*. Journal of Marketing Education April 2001 vol. 23 no. 1 16-24
- Mayer, R.C., Davis, J. H., dan Schoorman, F.D., 1995. *An Integratif Model of Organizational Trust*, Journal of Academy Management
- McLeod, R dan Schell, G.P, 2009, *Sistem Informasi Manajemen*, Edisi 10, Jakarta: Salemba Empat
- Malhotra, K. Naresh. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*, Jilid 1, Jakarta: PT. Indeks
- Mowen, J.C., Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*, Edisi Kelima Jilid 1, Jakarta: Erlangga
- Nunuk Garwati. 2008. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Model Pembelian Produk Di Internet Study Kasus Di Yogyakarta*. Jurnal OPTIMAL, Vol. 5 No. 3 Juni 2008: 275-286
- Ollie. 2008. *Membuat Toko Online dengan Multiply*. Media Kita Jakarta.
- Peter, Oslon. 2000. *Consumer Behavior : "Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran"*, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Peterson, R.A, Balasubramanian, S.,Bronnenberg, B.J.1997. *Exploring the Implications of the Internet for Consumer Marketing*. Journal of the Academy of Marketing Science. Vol. 25 No. 4. h. 329-346.
- Roberts, Mary L., 2003, *Internet Marketing: Integrating Online and Offline Strategies*, International Edition, New York, Amerika: McGraw-Hill/Irwin
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leislle Lazar. 2000. *Consumer Behavior*. Seventh Edition. USA :Prentice-Hall, Inc.
- Setiadi J. Nugroho, 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implementasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Edisi 1, Penerbit Prenada Media, Jakarta
- Silalahi. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. PT. Refika Aditama Bandung.
- Sonja Grabner-Kraeuter. 2002. *The Role of Consumers' Trust in Online-Shopping*. Journal of Business Ethics 39: 43–50, 2002.

- Sri I.M, Oki D, Anita, dan Betty. 2009. *Aplikasi Analisis Faktor Konfirmatori untuk Mengetahui Hubungan Peubah Indikator dengan Peubah Laten yang Mempengaruhi Prestasi Mahasiswa di Jurusan Matematika FMIPA UNSRI*. Jurnal Universitas Sriwijaya
- Sugiyono. 2000. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta Bandung.
- Suhartini. 2011. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motif Belanja Secara Online Di Komunitas Kaskus Semarang*. Skripsi Universitas Diponegoro Semarang
- Ward Hanson, 2000. *Pemasaran Internet*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Widayat. 2004. "*Metode Penelitian Pemasaran*" Penerbit UMM Press Malang
- Wiyono Gendro. 2011. "*Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 dan Smart PLS 2.0*". STIM YKPN Yogyakarta
- Yohanes Suhari 2008, "*Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*" Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK Volume XIII, No.2, Juli 2008 : 140-146
- Young Hoon Kim and Dan J. Kim, 2005, "*A Study of Online Transaction Self efficacy, Consumers Trust, and Uncertainty Reduction in Electronic Commerce Transaction*", Journal Department of Telecommunication Michigan State University.
- Alexa, <http://www.alex.com/siteinfo/tokobagus.com>, Diakses pada tanggal 23 April 2013
- Internetworldstats, <http://www.internetworldstats.com/>, Diakses pada 4 Desember 2012
- Wikipedia, http://id.wikipedia.org/wiki/Online_shopping, Diakses pada tanggal, 29 Desember 2012