



**PENGARUH DIMENSI *TRUST* TERHADAP PARTISIPASI  
PELANGGAN *E-COMMERCE* DI KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

Oleh

**KIRANA NADHIFAH**  
**NIM 070810201095**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2011**



**PENGARUH DIMENSI *TRUST* TERHADAP PARTISIPASI  
PELANGGAN *E-COMMERCE* DI KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu  
syarat  
untuk menyelesaikan program studi Manajemen (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

**KIRANA NADHIFAH**  
**NIM 070810201095**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2011**

JUDUL SKRIPSI  
PENGARUH DIMENSI TRUST TERHADAP PARTISIPASI  
PELANGGAN E-COMMERCE DI KABUPATEN JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : KIRANA NADHIFAH

NIM : 070810201095

Jurusan : Manajemen Pemasaran

telah dipertahankan didepan Panitia Penguji pada tanggal :

3 Oktober 2011

dan dinyatakan telah mengikuti syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

1. Ketua : Drs. Adi Prasodjo, MP .....
2. Sekretaris : Drs. Agus Priyono, MM .....
3. Anggota : Drs. H. Suwardi, MM .....

Mengetahui/ Menyetujui  
Universitas Jember  
Dekan Fakultas Ekonomi

Prof. Dr. Mohammad Saleh, M.Sc

NIP 19560831 198403 1 002

## LEMBAR PERSETUJUAN

NAMA : KIRANA NADHIFAH  
NIM : 070810201095  
JURUSAN : Manajemen Pemasaran  
PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
JUDUL : PENGARUH DIMENSI *TRUST* TERHADAP  
PARTISIPASI PELANGGAN *E-COMMERCE* DI  
KABUPATEN JEMBER

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

**Drs. H. Suwardi, MM**  
NIP. 19540719 198211 1001

**Ika Barokah, SE, MM**  
NIP. 19780525 200312 2002

Ketua Jurusan,

**Dr. Istifadah, M.,Si**  
NIP. 19661020 199002 2 001

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL**  
**UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : KIRANA NADHIFAH  
NIM : 070810201095  
Jurusan : MANAJEMEN  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH DIMENSI *TRUST* TERHADAP PARTISIPASI  
PELANGGAN *E-COMMERCE* DI KABUPATEN JEMBER

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jember, 9 September 2011

Yang menyatakan,

**KIRANA NADHIFAH**

**NIM.070810201095**

## PERSEMBAHAN

Karya Tulis ini saya persembahkan untuk:

1. Orang Tuaku tercinta Bapak Elfien Herrianto dan Wiwik Wahyuni yang selalu memberikan nasihat dan do'a yang tiada henti hingga aku menyelesaikan studiku. Belum ada sesuatu yang dapat aku persembahkan, semoga ini dapat menjadi kebanggan untuk Bapak dan Ibu;
2. Kakakku Aulia Pritania yang selalu memberiku nasihat dan perhatian, terimakasih banyak atas dukungan dan doanya selama ini;
3. M. Hafiz yang selalu mendukung dan mendoakanku, terimakasih atas dukungan dan kasih sayangnya;
4. Sahabat-sahabat di “*SUP Entertainment*”, terimakasih banyak karena kalian selalu memberikan warna dalam hidupku yang akan selalu ada dalam ingatanku;
5. Teman-teman Manajemen 2007 yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu, Terimakasih banyak atas perhatian dan dukunganya selama ini;
6. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang senantiasa kujunjung tinggi.

## MOTTO

Orang yang paling tidak bahagia adalah orang yang takut akan perubahan.

(Thomas Jefferson)

Berbahagialah atas apa yang kau dapat hari ini dan berusahalah serta memohonlah kepada Allah SWT untuk kebaikan hari esok.

(Nabi Muhammad SAW)

*Happiness doesn't depend on other persons, it's depends on you, inside you.*

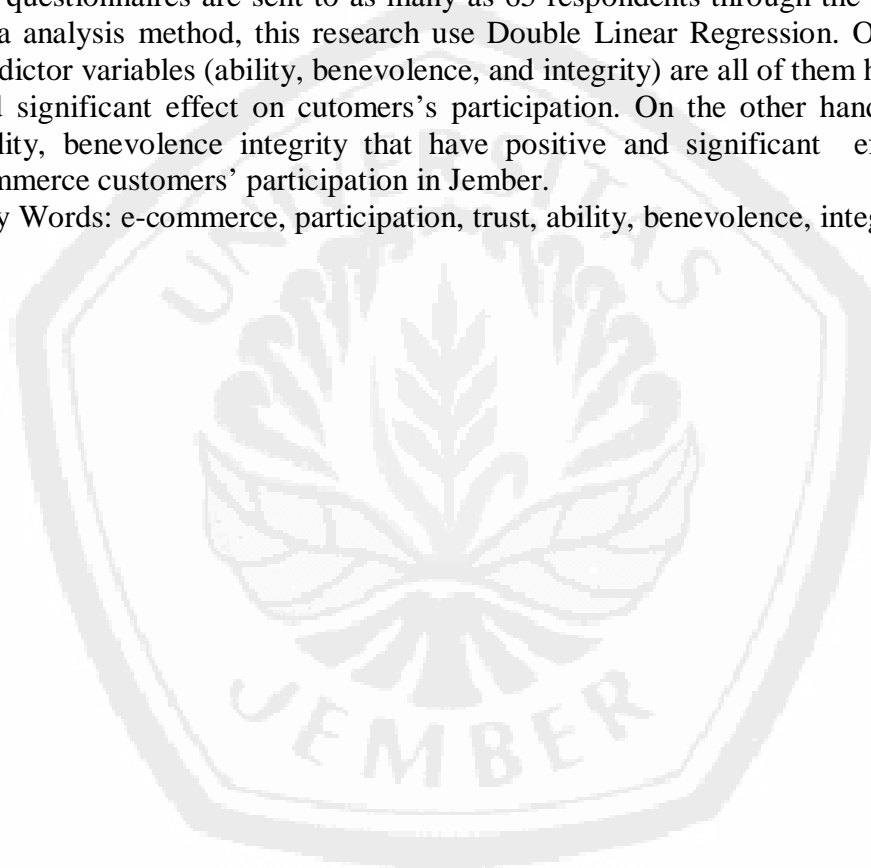
(NM)

## ABSTRACT

The act of transacting through e-commerce can be said to involve high risk. For that reason, it is obvious that customer trust factor represents primary factor in e-commerce. With regard to this relatively new business exercises especially for Jember, there are some interesting phenomena to consider as, for example how their trust has effect on the level of participation in e-commerce. This research aims at analyzing the effect of vendor's ability, benevolence, and integrity variables toward the level of e-commerce customers' participation in Jember.

This research makes use of Jember e-commerce users as research samples while using likert scale questionnaire for data collection. Furthermore, the questionnaires are sent to as many as 65 respondents through the e-mail. For data analysis method, this research use Double Linear Regression. Out of three predictor variables (ability, benevolence, and integrity) are all of them has positive and significant effect on cutomers's participation. On the other hand, vendor's ability, benevolence integrity that have positive and significant effect on e-commerce customers' participation in Jember.

Key Words: e-commerce, participation, trust, ability, benevolence, integrity





## PRAKATA

Puji Syukur kehadiran Ilahirobbi penulis panjatkan kepada ALLAH SWT atas rahmat dan ridonya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Dimensi *Trust* Terhadap Partisipasi Pelanggan *E-commerce* di Kabupaten Jember” dengan lancar. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penyusun skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Ibu Dr. Istifadah, M.,Si selaku ketua jurusan manajemen;
3. Bapak Drs. H. Suwardi,MM selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
4. Ibu Ika Barokah, SE, MM selaku dosen pembimbing II yang juga telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
5. Kedua orang tuaku serta kakak yang tak pernah lelah memberikan doa, dukungan dan nasehat;
6. M. Hafiz yang selalu memberiku semangat, doa dan perhatiannya;
7. Semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu;

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, September 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>PRAKATA</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB 2. Tinjauan Pustaka</b> .....	5
2.1 Landasan Teori .....	5
2.2 Kajian Empiris .....	13
2.3 Kerangka Konseptual .....	17
<b>BAB 3. Metode Penelitian</b> .....	18
3.1 Rancangan Penelitian .....	18
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	18
3.3 Jenis Data .....	20
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	20
3.5 Identifikasi Variabel .....	21
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	21
3.7 Teknik Pengukuran .....	23

3.8 Uji Instrumen .....	24
3.9 Metode Analisis Data .....	26
3.10 Uji Asumsi Klasik .....	27
3.11 Kerangka Pemecahan Masalah .....	31
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	33
4.1 Sekilas Tentang <i>On-line Shop</i> .....	33
4.2 Gambaran Tentang Kabupaten Jember .....	35
4.3 Karakteristik Responden .....	36
4.4 Statistik Deskriptif .....	39
4.5 Hasil Uji Instrumen .....	42
4.6 Hasil Analisis Data .....	43
4.7 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	46
4.8 Pembahasan .....	48
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	52
<b>LAMPIRAN</b>	

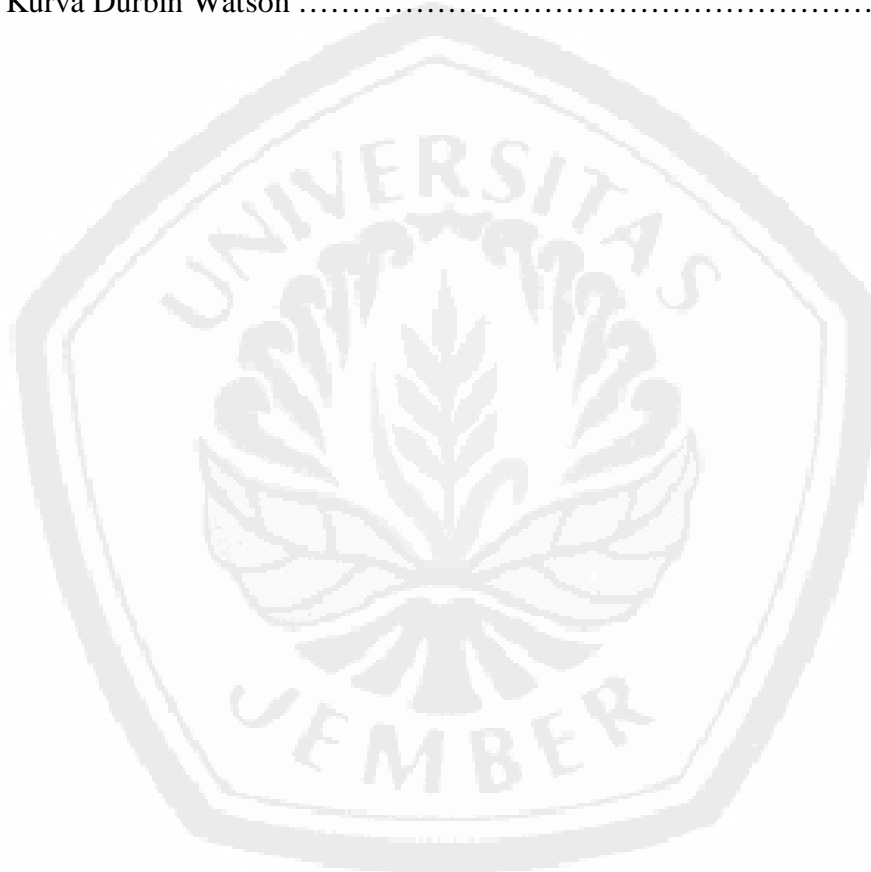


## DAFTAR TABEL

2.1 Keuntungan dan Kerugian <i>E-commerce</i> Bagi Pembeli .....	8
2.2 Keuntungan dan Kerugian <i>E-commerce</i> Bagi Penjual .....	9
3.1 Identifikasi Variabel Penelitian .....	21
4.1 Gender Responden .....	35
4.2 Usia Responden .....	36
4.3 Pendidikan Responden .....	36
4.4 Jenis Pekerjaan .....	37
4.5 Pendapatan Responden .....	38
4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Ability</i> (X1) ....	39
4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Benevolence</i> (X2) .....	39
4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Integrity</i> (X3)	40
4.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Participation</i> (Y) .....	40
4.10 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas .....	41
4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	42
4.12 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda .....	42
4.13 Hasil Perhitungan Uji F .....	44
4.14 <i>Collinearity Statistic</i> .....	46
4.15 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas dengan Uji <i>Glejser</i> .....	47

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Sistem Informasi Berbasis Web .....	6
2.2 Model Penelitian Auberg dan Kesley .....	13
2.3 Model Penelitian Mukherjee dan Nath .....	14
2.4 Model Penelitian Ratnashingham dan Kumar .....	15
2.5 Kerangka Konseptual .....	17
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	30
4.1 Kurva Durbin Watson .....	45



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	54
Lampiran 2 Jawaban Kuesioner .....	58
Lampiran 3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden .....	60
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas .....	63
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	65
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linear Ganda .....	69
Lampiran 7 Tabel Statistik Durbin Watson .....	73
Lampiran 8 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	74

