



**PENGARUH *TRUST* DAN *SERVICE QUALITY* SERTA *PERCEIVED RISK*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *ONLINE KASKUS*
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS JEMBER**

***THE INFLUENCE OF TRUST AND SERVICE QUALITY AS WELL AS
PERCEIVED RISK ON CONSUMER KASKUS PURCHASING DECISIONS
AT STUDENTS OF JEMBER UNIVERSITY***

SKRIPSI

Oleh :

**Mohammad Erza J
NIM. 100810201113**

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**



**PENGARUH *TRUST* DAN *SERVICE QUALITY* SERTA *PERCEIVED RISK*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *ONLINE KASKUS*
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS JEMBER**

***THE INFLUENCE OF TRUST AND SERVICE QUALITY AS WELL AS
PERCEIVED RISK ON CONSUMER KASKUS PURCHASING DECISIONS
AT STUDENTS OF JEMBER UNIVERSITY***

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh :

Mohammad Erza J
NIM. 100810201113

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**

SURAT PERNYATAAN

Nama : Mohammad Erza J
NIM : 100810201113
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh *Trust* Dan *Service Quality* Serta *Perceived Risk*
Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online Kaskus
Pada Mahasiswa Universitas Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus saya junjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 03 Februari 2014

Yang Menyatakan,

Mohammad Erza J
NIM 100810201113

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Trust* Dan *Service Quality* Serta *Perceived Risk* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Online* Kaskus Pada Mahasiswa Universitas Jember

Nama Mahasiswa : Mohammad Erza J

NIM : 100810201113

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 03 Februari 2014

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Deasy Wulandari, SE,M.Si

19730908 200003 2 001

H.N. Ari Subagio, SE, M.Si

19731109 200003 1 002

Mengetahui,

Ketua Jurusan

Dr. Handriyono, SE., M.Si

196208021990021001

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH *TRUST* DAN *SERVICE QUALITY* SERTA *PERCEIVED RISK*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *ONLINE* KASKUS PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : **Mohammad Erza J**

NIM : **100810201113**

Jurusan : **Manajemen**

telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal : 10 Februari 2014

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

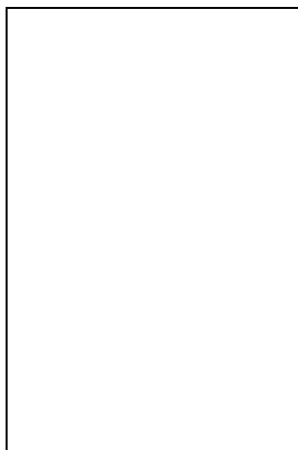
SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Dra. Susanti Prasetyaningtyas, Msi : (.....)
NIP. 19960918 199203 2 002

Sekretaris : H.N Ari Subagio, SE, M.Si : (.....)
NIP. 19731109 200003 1 002

Anggota : Dr. Deasy Wulandari, SE, MSi : (.....)
NIP. 19730908 200003 2 001

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,



Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si
NIP. 19630614 199002 1 001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ibunda Istiqomah dan Ayahanda Kusnandar tercinta, yang senantiasa mendoakan dan memberikan kasih sayangnya selama ini;
2. Adik-adik tersayang Muhammad Firdaus R dan Muhammad Iqbal, serta seluruh keluarga besar ku yang memberikan semangat dan motivasi dalam kebersamaan;
3. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi, yang telah membimbing dan memberikan ilmu yang tak ternilai harganya;
4. Dosen pembimbing skripsi ibu Dr. Deasy Wulandari, SE, MSi dan bapak H.N Ari Subagio, SE, M.Si yang telah sabar membimbing hingga skripsi ini dapat diselesaikan secara maksimal;
5. Sahabat-sahabat terimakasih dukungannya;
6. Teman-teman Fakultas Ekonomi Universitas Jember angkatan 2010;
7. Dan Almamater tercinta Fakultas Ekonomi Universitas Jember;

MOTTO

Jika pikiran saya bisa membayangkannya, hati saya bisa meyakinkannya, saya tahu saya akan mampu menggapainya.

(Jesse Jackson)

Sesuatu mungkin mendatangi mereka yang mau menunggu, namun hanya didapatkan oleh mereka yang bersemangat mengejarnya.

(Abraham Lincoln)

Tahu bahwa kita tahu apa yang kita ketahui dan tahu bahwa kita tidak tahu apa yang tidak kita ketahui, itulah pengetahuan sejati.

(Copernicus)

Kamu harus bermimpi sebelum mimpimu itu jadi kenyataan.

(Dr A P J Abdul Kalam)

Penulis

RINGKASAN

Pengaruh *Trust* dan *Service Quality* Serta *Perceived Risk* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Online* Kaskus Pada Mahasiswa Universitas Jember; Mohammad Erza J; 100810201113; 2014; 122 Halaman; Jurusan Ekonomi Universitas Jember

Internet merupakan salah satu teknologi informasi yang terus berkembang dan banyak dimanfaatkan untuk berbagai kebutuhan manusia saat ini. Randal dan Latulipe (2005) menjelaskan bahwa Internet adalah singkatan dari *interconnection networking* yang secara sederhana bisa diartikan sebagai *a global network of computer networks*. Mengingat jumlah pengguna internet yang terus bertumbuh pesat dapat menjadi sebuah pasar yang potensial untuk dimasuki para pebisnis. Di lain pihak, praktik *e-commerce* dan *e-bisnis* ternyata mempunyai banyak keuntungan baik bagi perusahaan ataupun konsumen. Kontribusi perkembangan teknologi internet dalam konteks ekonomi global yang berkembang saat ini banyak memberi peranan penting dalam pemasaran modern.

Pada penelitian ini menggunakan 3 variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen *online* terutama konsumen pengguna forum jual beli Kaskus yang menjadi obyek penelitian. variabel yang pertama adalah kepercayaan (*trust*), variabel kedua adalah kualitas pelayanan (*Service Quality*), variabel yang terakhir adalah persepsi akan resiko (*Perceived Risk*). Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk menguji Pengaruh *Trust* dan *Service Quality* Serta *Perceived Risk* Terhadap keputusan pembelian konsumen online kaskus pada mahasiswa Universitas Jember.

Penelitian ini adalah penelitian *confirmatory research* karena bertujuan untuk mengkonfirmasi teori. Penelitian ini diorientasikan untuk mengetahui pengaruh *trust* dan *service quality* serta *perceived risk* terhadap keputusan pembelian konsumen *online* Kaskus pada mahasiswa Universitas Jember. Sampel yang dipilih sebanyak 65 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Metode analisis data menggunakan uji asumsi regresi linier berganda dengan pendekatan konfirmatori. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel berpengaruh secara signifikan. *Trust*

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *service quality* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dan *Perceived Risk* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

SUMMARY

The Influence Of Trust And Service Quality As Well As Perceived Risk On Consumer Kaskus Purchasing Decision s At Students of Jember University:
Mohammad Erza j: 100810201088: 2014: 73 pages: Manajemen Major
Economics Faculty Jember University.

Internet is one of growing information Technology and widely used for a variety of human needs at this time. Randal and Latulipe (2005) explains that the internet is an abbreviation of interconnection networking that can Simply be interpreter a global network of computer networks. The number of internet users continues to grow rapidly to become a potential Market to be entered businessman. Ecommerce and ebusiness practices turned out to have many benefits for both companies or consumers. Contribution in the context of internet Technology is evolving global economy today grive many important role in modern marketing,

In this study using Three variables that can influence the purchase decisions of consumers, especially kaskus Online Trading forum users. The First variabel is Trust, the second variabel is service quality and the last variabel is perceived risk. Based on these descriptions, the authors are interested to test the effect. Trust, service quality and perceived risk on konsumer purchasing decisions Online kaskus on university college students Jember.

This Research is confirmatory Research, as it amis to confirm the theory. This Research is oriented unruk Trust, service quality and perceived risk determinine the effect on konsumer purchasing decisions Online kaskus on university college students Jember.samples Wet selected by 65 respondents. The sampling technique using purposive sampling technique. Ehe mehod of analysis using multiple linear regression Assumption test with that the Three variables have a significant effect. Trust significantly influence purchasing decisions, service quality signifikanly influence purchasing decisions, and perceived risk signifikanly influence purchasing decisions.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Trust* Dan *Service Quality* Serta *Perceived Risk* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Online* Kaskus Pada Mahasiswa Universitas Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Mohammad Fathorrazi, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Bapak Dr. Handriyono, SE., Msi selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
3. Ibu Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak H.N Ari Subagio, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
4. Ibu Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan mengarahkan selama masa perkuliahan;
5. Keluarga Tercinta Ibu Istiqomah, Bapak Kusnandar, Adikku Muhammad Firdaus R dan Muhammad Iqbal, yang senantiasa memberikan do’a, dukungan, dan semangat tiada batas;
6. Teman seperjuangan dalam mengerjakan skripsiku yang selalu bersama;
7. Sahabat-sahabatku tercinta yang selalu memberi semangat;
8. Kawan-kawan Manajemen ’10, kita berjuang bersama dalam melawan kemalasan, semangat kawan. Semoga sukses selalu;
9. Dan semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan 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, 03 Februari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	x
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Teori	7
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	7
2.1.2 Proses Keputusan Pembelian	8
2.1.3 Pemasaran Interaktif	10
2.1.4 <i>Trust / Kepercayaan</i>	10
2.1.5 <i>Service Quality / Kualitas Pelayanan</i>	11
2.1.6 <i>Perceived Risk / Persepsi Akan Resiko</i>	11
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Kerangka Konseptual	15

2.4	Hipotesis	16
3.	METODE PENELITIAN	17
3.1	Rancangan Penelitian	17
3.2	Jenis Dan Sumber Data	17
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	18
3.4	Populasi Dan Sampel	18
3.5	Identifikasi Variabel	19
3.6	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran Variabel...20	
3.6.1	Keputusan Pembelian.....	20
3.6.2	<i>Trust</i> / Kepercayaan	21
3.6.3	<i>Service Quality</i> / Kualitas Pelayanan.....	21
3.6.4	<i>Perceived Risk</i> / Persepsi Akan Resiko	22
3.7	Skala Pengukuran	23
3.8	Uji Instrumen	24
3.8.1	Uji Validitas	24
3.8.2	Uji Reliabilitas	24
3.9	Metode Analisis Data	25
3.9.1	Analisis Regresi Berganda Dengan Pendekatan Konfirmatori ..25	
3.9.2	<i>Confirmatory Technique</i>	27
3.10	Kerangka Pemecahan Masalah	32
4.	Hasil Dan Pembahasan	34
4.1	Hasil Penelitian.....	34
4.1.1	Gambaran Umum Forum <i>Online</i> Kaskus	34
4.1.2	Forum Jual Beli <i>Online</i> Kaskus	36
4.1.3	Gambaran Umum Transaksi Jual Beli <i>online</i> Pada Mahasiswa di Kota Jember.....	37
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	38
4.2.1	Karakteristik Responden	38
4.2.2	Jawaban Kuisisioner Dari Responden	40
4.3	Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Trust</i>	44

4.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Service Quality</i>	44
4.3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Perceived Risk</i>	45
4.3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Keputusan Pembelian ..	46
4.4 Analisis Data	46
4.4.1 Uji Asumsi Regresi <i>Confirmatory</i>	46
4.4.2 Analisis Regresi dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i>	48
4.4.3 Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness of fit Test</i>)	49
4.4.4 Pengujian Hipotesis	50
4.5 Pembahasan	52
4.5.1 Pengaru <i>Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Forum Jual Beli <i>online</i> Kaskus	53
4.5.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Forum Jual Beli <i>Online</i> Kaskus	54
4.5.3 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Forum Jual Beli <i>Online</i> Kaskus	55
5. KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2	Tinjauan Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1	Uji Kesesuaian Model	30
Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Semester Kuliah	49
Tabel 4.4	Data Responden Berdasarkan Daerah Asal	40
Tabel 4.5	Penilaian Responden Pada Variabel <i>Trust</i>	40
Tabel 4.6	Penilaian Responden Pada Variabel <i>Service Quality</i>	41
Tabel 4.7	Penilaian Responden Pada Variabel <i>Perceived Risk</i>	42
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas dan Reliabelitas Konstruk <i>Trust</i>	44
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas dan Reliabelitas Konstruk <i>Service Quality</i>	45
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas dan Reliabelitas Konstruk <i>Perceived Risk</i>	45
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas dan Reliabelitas Konstruk Keputusan Pembelian.....	46
Tabel 4.12	<i>Assessment of normality</i>	47
Tabel 4.13	Indeks Kesesuaian Model (<i>Goodness of fit Test</i>).....	49
Tabel 4.14	Pengujian Hipotesis.....	50
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Hipotesis	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Lima Tahap Proses Membeli	10
Gambar 2.3	Kerangka Konseptual	16
Gambar 3.10	Kerangka Pemecahan Masalah	32
Gambar 4.1	Hasil Analisis <i>confirmatory</i>	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	60
Lampiran 2 Hasil Kuisisioner dan Frequency Tabel	64
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Data	67
Lampiran 4 Hasil Regresi <i>Confirmatory</i>	75