

**PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT BELANJA ULANG
BERDASARKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR***

(Studi pada toko *online* Bhineka.com)



SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta**

Oleh:

REISHA MENDRIANA PUTRI
F1211068

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA 2014
HALAMAN PENGESAHAN**

commit to user

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT BELANJA ULANG
BERDASARKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR***

(Studi pada toko *online* Bhineka.com)

Ditulis oleh mahasiswa : Reisha Mendriana Putri (NIM. F1211068)

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

Surakarta, April 2014

Dosen Pembimbing



Haryanto, SE., M.Si.

NIP. 197403092006041001

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**"PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT BELANJA ULANG
BERDASARKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR* (Studi pada toko
online Bhineka.com)"**

Atas nama mahasiswa : Reisha Mendriana Putri (NIM F1211068)

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh tim penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

Surakarta, 5 Agustus 2014

Tim Penguji Skripsi:

1. Drs. Dwi Hastiarja KB. MM
NIP. 195911271986011001

2. Dr. Budhi Haryanto., M.M.
NIP. 196009041986011001

3. Haryanto, SE, M.Si
NIP. 197403092006041001

Disahkan oleh
Ketua Jurusan Manajemen



Runing
Dr. HUNIK SRI RUNING SAWHTRI, M.Si
NIP. 195904031986012001

SURAT PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret :

Nama : REISHA MENDRIANA PUTRI
NIM. : F1211068
Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELANJA ULANG
BERDASARKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR* (Studi kasus pada toko
online Bhineka.com)

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Skripsi yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan atau saduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijazah dan penjabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Surakarta, 21 April 2014

Mahasiswa



Reisha Mendriana Putri
REISHA MENDRIANA PUTRI
NIM. F1211068

HALAMAN PERSEMBAHAN



Karya ini saya persembahkan kepada :

- Allah SWT, atas berkah-Nya yang tak terhingga
- Kedua orang tua saya yang sangat saya hormati dan sayangi, Papa Mendrif dan Mama Rosdiana
- Kakak dan adikku yang saya sayangi juga, Rizky Azora dan Regita Indah Driviana

commit to user

MOTTO

من جد وجد

“Siapa yang bersungguh-sungguh akan berhasil”

If you want something you've never had, you must be willing to do something you've never done.

Success is a journey, not a destination.

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

Lincoln).

commit to user

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan kuasa-Nya sehingga skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT BELANJA ULANG BERDASARKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR* (Studi pada toko *online* Bhineka.com”** dapat diselesaikan oleh penulis sebagai syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Terselesaikannya penulisan skripsi ini adalah berkat bantuan dari berbagai pihak yang dengan ketulusannya telah memberikan semangat, dorongan, serta pengarahan kepada penulis. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih penulis kepada :

1. Dr. Wisnu Untoro, MS, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Dr. Hunik Sri Runing S, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Drs. Wiyono, MM, selaku Sekretaris Jurusan S1 Transfer Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Reza Rahardian, SE, M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
5. Bapak Haryanto, SE, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, memberikan segala bimbingan serta arahan selama penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Mugi Harsono SE,M.Si, selaku dosen pembimbing akademik.
7. Segenap dosen dan staff pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan kepada saya.
8. Segenap staff karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan pelayanan kepada saya selama menempuh studi.
9. Kedua orangtua saya, Papa Mendrif dan Mama Rosdiana yang selalu memberikan doa, semangat, kasih sayang yang tak pernah henti, dan tetap menjaga kerinduan ketika saya sedang berjuang di negeri orang.

commit to user

10. Kakak dan Adik saya, Rizky Azora dan Regita Indah Driviana yang selalu memberikan doa, semangat, serta kasih sayang.
11. Muhammad Ubaid Rahmana yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan keceriaan kepada saya.
12. Keluarga bapak Prof.Dr.H Slamet Sugiri SE., AKT.,M.Ba yang selalu memberi dukungan kepada saya
13. Keluarga Bapak Buwono yang selalu memberikan bantuan kepada saya
14. Sahabat sahabat saya Tutun, Theo, Robby, Shendy, Fuad, bang Prast, mbah Linting, Mas Imay, yanda, Pedhet, mas Anang, Prisma, Budi, Atik, Nisa, Estherina, Anggun, "BTF", "Keluarga Selusin", "ARAF" terima kasih atas persahabatan, keceriaan, persaudaraan dan kebersamaan yang telah kalian berikan.
15. Keluarga besar di Jakarta dan di Padang, terima kasih atas doa dan dukungan kalian

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis masih memerlukan beberapa perbaikan berupa kritik dan saran dari berbagai pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua pihak.

Surakarta, 22 April 2014

Penulis

Reisha Mendriana Putri

ABSTRACT**THE EFFECTS OF TRUST IN THE INTENTION OF REPEAT PURCHASE
BASED ON THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR****(Study on Online Shop Bhineka.com)****By:****REISHA MENDRIANA PUTRI****NIM.F1211068**

The increasing number of online shopping intentions has caused the use of online marketing to become very common. The aim of this research is to determine the factors that affect the intention of online repeat purchase using the Theory of Planned Behavior as the ground theory, and attitude, subjective norm, behavioral control, and trust as the independent variables.

The sampling method used in this research is the convenience sampling, a statistical method of drawing representative data by selecting people because of the ease of their volunteering or selecting units because of their availability or easy access. The research was conducted with 197 respondents, using questionnaires and surveys toward consumers of Bhineka.com-an online shop to obtain the data needed. The data analysis methods used are the validity test and Structural Equation Model reliability analysis test. The hypothesis test is using the evaluation of SEM assumption and the evaluation of Goodness of Fit Model.

The result of the data analysis showed that attitude, subjective norm, and behavioral control significantly affect the intention of repeat purchase, while trust is not. However, this research found out that trust does have an affect toward attitude. The result of regression weight proved that the value of C.R. has to be significant on $p < 0.05$.

Keywords: TPB, Intention of repeat purchase, online shopping.

ABSTRAK**PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT BELANJA ULANG
BERDASARKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR*****(Studi pada toko *online* Bhineka.com)**

Oleh:

REISHA MENDRIANA PUTRI**NIM.F1211068**

Pemasaran *online* sudah menjadi hal yang biasa dalam era teknologi akhir akhir ini, karena peminat belanja secara *online* juga sudah mulai banyak. Masyarakat Indonesia kini mulai membiasakan diri dengan sistem belanja *online*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat belanja ulang secara *online* berdasarkan *Theory of Planned Behaviour*. Variabel independen yang digunakan adalah sikap, norma subyektif, kontrol perilaku dan kepercayaan.

Metode pengambilan sampel adalah *convenience sampling* yaitu metode pengambilan sampel non probabilitas berdasarkan kemudahan dalam menemukan sampel yang sesuai dengan ketentuan atau persyaratan sampel dari populasi tertentu yang paling mudah dijangkau atau didapatkan, penelitian dilakukan dengan 197 responden, data didapatkan dengan cara menyebar kuisioner dan survey langsung kepada konsumen yang pernah berbelanja *online* di toko *online* Bhineka.com. metode analisis data menggunakan uji validitas, uji realibilitas analisis *Structural equation model* (SEM). Pengujian hipotesis dengan menggunakan Evaluasi asumsi SEM dan Evaluasi atas kriteria *Goodnes of fit model*.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara signifikan sikap, norma subyektif, kontrol perilaku berpengaruh terhadap niat beli ulang, kepercayaan tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang, namun kepercayaan berpengaruh terhadap sikap. hasil *regression weight* membuktikan bahwa nilai C.R. harus signifikan pada $p < 0,05$.

Kata kunci : TPB, Niat belanja ulang, belanja *online*

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	i.
HALAMAN PESETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	5
1.3 TINJAUAN PENELITIAN	6
1.4 MANFAAT PENELITIAN	7
BAB II	
Telaah Pustaka dan Pengembangan Hipotesis	8
2.1 <i>THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR</i> (TPB)	8
2.1.1 SIKAP	9
2.1.2 NORMA SUBYEKTIF	10
2.1.3 KONTROL PERILAKU	11
2.1.4 NIAT BELI ULANG	12
2.1.5 KEPERCAYAAN	13
2.2 PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
2.3 MODEL PENELITIAN	17
BAB III	
METODE PENELITIAN	20
3.1 OBJEK PENELITIAN	20
3.2 METODE PENGAMBILAN SAMPEL DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA	20
3.3 DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL	21
3.4 METODE ANALISIS DATA	23
3.4.1 UJI VALIDITAS	23
3.4.2 UJI RELIABILITAS	24
3.4.3 ANALISIS <i>STRUCTURAL EQUATION MODEL</i> (SEM)	25

commit to user

BAB IV	
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	32
4.1 ANALISIS DESKRIPTIF	32
4.2 PENGUJIAN INSTRUMEN PENELITIAN	34
4.2.1 UJI VALIDITAS pada pretest	34
4.2.2 UJI VALIDITAS akhir	37
4.2.3 UJI RELIABILITAS akhir	39
4.3 UJI ASUMSI MODEL	40
4.3.1 NORMALITAS DATA	40
4.3.2 EVALUASI <i>OUTLIERS</i>	42
4.3.3 GOODNESS OF FIT MODEL	43
4.3.4 PENGUJIAN HIPOTESIS	45
4.3.5 PEMBAHASAN	47
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 KESIMPULAN	49
5.2 KETERBATASAN	50
5.3 SARAN	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	56

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL III.1 <i>Goodnes of fit models</i>	30
TABEL III.2 <i>Regression Weight</i>	30
TABEL IV.1 Deskripsi responden berdasarkan usia	33
TABEL IV.2 Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin	33
TABEL IV.3 <i>KMO and Bartlett's Test</i> pretest	34
TABEL IV.4 Hasil uji validitas pretest 1	35
TABEL IV.5 Hasil uji validitas pretest 2	36
TABEL IV.6 <i>KMO and Bartlett's Test</i> akhir	37
TABEL IV.7 Hasil uji validitas akhir	38
TABEL IV.8 Hasil uji reliabilitas akhir	39
TABEL IV.9 Hasil uji normalitas	41
TABEL IV.10 Jarak mahalanobis data penelitian	42
TABEL IV.11 Hasil <i>Goodness of fit model</i>	43
TABEL IV.12 Hasil <i>Goodness of fit model modification</i>	44
TABEL IV.13 <i>Regression Weight</i>	45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR II.1` Kerangka Pemikiran	17
GAMBAR IV.1 Diagram hasil <i>Regresion weight</i>	45

