

**PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN TRANSAKSI DAN
PENGALAMAN BELANJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2019
Kelas Reguler dan Karyawan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Nasional
Jakarta)**

TUGAS AKHIR

Indra Pratama Sompie

193402516245



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

**PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN TRANSAKSI DAN
PENGALAMAN BELANJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2019
Kelas Reguler dan Karyawan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Nasional
Jakarta)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana
Manajemen Universitas Nasional**

Oleh:

Indra Pratama Sompie

193402516245



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

ABSTRAK

**PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN TRANSAKSI DAN
PENGALAMAN BELANJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2019
Kelas Reguler dan Karyawan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Nasional
Jakarta)**

Oleh:

Indra Pratama Sompie

NIM. 193402516245

Tugas akhir, dibawah bimbingan Bapak Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keamanan, kemudahan transaksi dan pengalaman belanja terhadap keputusan pembelian pada Marketplace Tokopedia. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2019 Kelas Reguler dan Karyawan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Nasional Jakarta). Sampel pada penelitian ini sebanyak 80 responden berdasarkan rumus Yamane. Data yang dimanfaatkan pada penelitian ini berasal dari data primer yang dibantu oleh kuesioner yang telah disebarakan pada 80 orang responden. Terkait dengan penganalisisan datanya, penelitian ini menggunakan analisis inferensial dengan regresi linear berganda. Diketahui bahwasanya hasil yang diperoleh pada penelitian ini ialah keamanan memberikan dampak yang baik bagi keputusan pembelian pada marketplace Tokopedia, kemudahan transaksi memberikan dampak yang baik bagi keputusan pembelian pada marketplace Tokopedia, dan pengalaman belanja memberikan dampak yang baik bagi keputusan pembelian pada marketplace Tokopedia. Oleh karena itu, hendaknya Marketplace Tokopedia dapat mempertahankan dan meningkatkan kembali kualitas pelayanan guna memudahkan pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian pada marketplace ini.

Kata Kunci : Keamanan, Kemudahan Transaksi, Pengalaman Belanja, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE EFFECT OF SECURITY, EASE OF TRANSACTIONS AND SHOPPING EXPERIENCE ON PURCHASE DECISIONS AT TOKOPEDIA MARKETPLACE

(Case Study of Management Study Program Students Batch 2019 Regular Class and Employees of the Faculty of Business Economics, National University of Jakarta)

By:

Indra Pratama Sompie

NIM. 193402516245

Thesis, under the guidance of Mr Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.

This study aims to analyze the effect of security, ease of transaction and shopping experience on purchasing decisions on the Tokopedia Marketplace. (Case Study of Management Study Program Students Batch 2019 Regular Class and Employees of the Faculty of Business Economics, National University of Jakarta). The sample in this study was 80 respondents based on the Yamane formula. The data used in this study came from primary data assisted by questionnaires that had been distributed to 80 respondents. Regarding data analysis, this study uses inferential analysis with multiple linear regression. It is known that the results obtained in this study are that security has a good impact on purchasing decisions on the Tokopedia marketplace, ease of transactions has a good impact on purchasing decisions on the Tokopedia marketplace, and shopping experience has a good impact on purchasing decisions on the Tokopedia marketplace. Therefore, the Tokopedia Marketplace should be able to maintain and improve service quality to make it easier for customers to make purchasing decisions on this marketplace.

Keywords: Security, Ease of Transaction, Shopping Experience, and Purchase Decision

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

**PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN TRANSAKSI DAN
PENGALAMAN BELANJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2019
Kelas Reguler dan Karyawan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Nasional
Jakarta)

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta Februari 2023



INDRA PRATAMA SOMPIE

NIM. 193402516245

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN
TRANSAKSI DAN PENGALAMAN BELANJA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKETPLACE TOKOPEDIA (Studi Kasus Pada
Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2019
Kelas Reguler dan Karyawan Fakultas Ekonomi Bisnis
Universitas Nasional Jakarta)**

Nama Mahasiswa : **INDRA PRATAMA SOMPIE**
Nomor Pokok : **193402516245**
Program Studi : **MANAJEMEN**



Jakarta: Maret 2023


LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN
TRANSAKSI DAN PENGALAMAN BELANJA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKETPLACE TOKOPEDIA (Studi Kasus Pada
Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2019
Kelas Reguler dan Karyawan Fakultas Ekonomi Bisnis
Universitas Nasional Jakarta)**

Nama Mahasiswa : **INDRA PRATAMA SOMPIE**
Nomor Pokok : **193402516245**
Program Studi : **MANAJEMEN**


Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,


(Dr. Eddy Guridno, S.E., M.SLM.)

Ketua Penguji,

Penguji


(Dr. Ir. Edi Sugiono, S.E., M.M.)


(Dr. Ir. Saharso, M.M.)

Mengetahui,
Dekan,

(Kiruba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

Jakarta, Maret 2023

Tanggal Lulus: 2 Maret 2023

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

1. Nama : Indra Pratama Sompie
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 23 Oktober 2001
3. Jenis Kelamin : Laki - Laki
4. Alamat : Jalan H Jusin Rw01/ Rt 07 No 7,
Ciracas, Susukan,
Kota Jakarta Timur
5. No.HP : 082129736588
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. E-Mail : indrapratamasompie@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2007– 2013 : SDN SUSUKAN 02 JAKARTA TIMUR
2. 2013 – 2016 : SMPN 171 JAKARTA TIMUR
3. 2016 – 2019 : SMA PB ISLAM SOEDIRMAN CIJANTUNG
4. 2019 – 2023 : UNIVERSITAS NASIONAL

Jakarta, Februari 2023

Indra Pratama Sompie

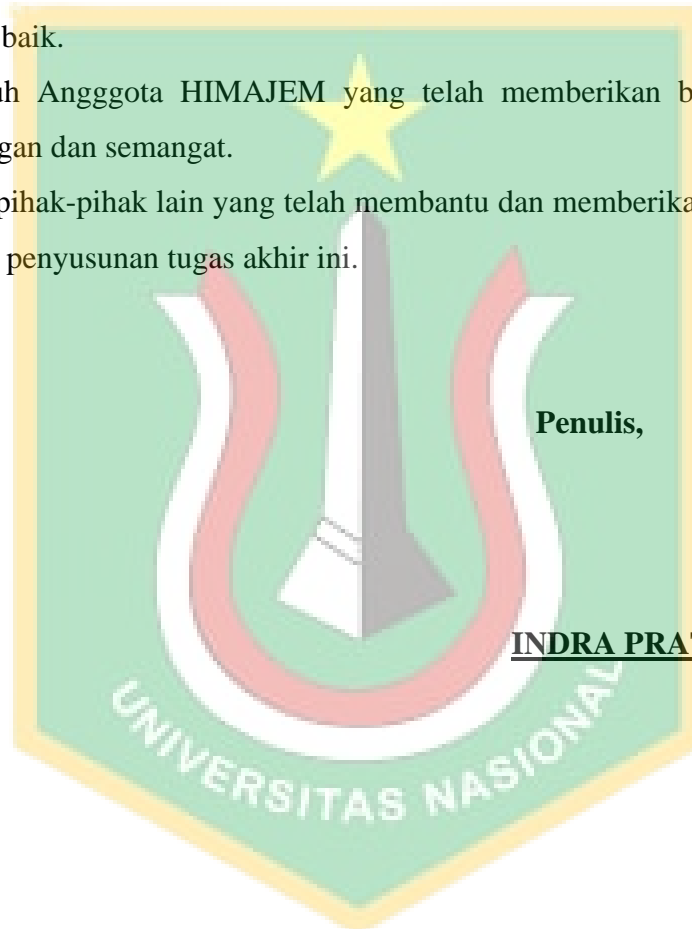
NPM. 193402516245

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nyalah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “Pengaruh Keamanan, Kemudahan Transaksi dan Pengalaman Belanja terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2019 Kelas Reguler dan Karyawan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Nasional Jakarta)”. Penulis menyadari tidak akan dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik tanpa bimbingan, motivasi dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional dan Dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bantuan ilmu akademik dalam penyusunan krs dan memberikan arahan selama saya menempuh perkuliahan di Universitas Nasional
6. Bapak Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang dengan sabar memberikan pengarahan, pengetahuannya, dan telah memberikan bimbingan, motivasi serta saran-saran kepada penulis sejak awal penelitian sampai dengan selesainya penulisan tugas akhir ini.
7. Segenap Tenaga Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah berkenan membina, dan memberikan ilmunya yang tidak ternilai serta menciptakan motivasi belajar yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Nasional.

8. Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu dan memberikan informasi kepada saya dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
9. Kedua Orang Tua Bapak Noffry Sompie dan Ibu dr. Indah Wahyuni serta adik-adik saya yang saya cintai dan banggakan yang menjadi alasan utama untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik mungkin, serta selalu mendoakan saya, memberi arahan dan dukungan di dalam semua kegiatan yang saya lakukan dari awal perkuliahan hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. Seluruh Anggota HIMAJEM yang telah memberikan banyak dukungan, kenangan dan semangat.
11. Serta pihak-pihak lain yang telah membantu dan memberikan akses informasi dalam penyusunan tugas akhir ini.



Penulis,

INDRA PRATAMA SOMPIE

193402516245

DAFTAR ISI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Manajemen Pemasaran.....	5
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	5
2. Teori E-Commerce	5
3. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	6
4. Orientasi Manajemen Pemasaran	7
B. Keamanan	8
1. Pengertian Keamanan.....	8
2. Konsep Keamanan.....	8
3. Indikator Keamanan	9
C. Kemudahan Transaksi	9
1. Pengertian Kemudahan Transaksi	9
2. Dimensi Kemudahan Transaksi.....	10
3. Indikator Kemudahan Transaksi.....	10
D. Pengalaman Belanja	11
1. Pengertian Pengalaman Belanja	11
2. Komponen Pengalaman Belanja.....	11
3. Indikator Pengalaman Belanja.....	12
E. Keputusan Pembelian	12
1. Definisi Keputusan Pembelian	12
2. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	13
3. Indikator Keputusan Pembelian	14
F. Keterkaitan antar Variabel Penelitian	14
1. Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	14
2. Pengaruh Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian	14
3. Pengaruh Pengalaman Belanja Terhadap Keputusan Pembelian	15
G. Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian.....	16
H. Kerangka Analisis	20
I. Hipotesis Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Objek Penelitian	22
B. Data Penelitian.....	22
1. Sumber Data dan Jenis Data.....	22
2. Populasi dan Sampel	22
3. Metode Pengumpulan Data	24
C. Definisi Operasional Variabel	25

D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	27
1. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	27
2. Pengolahan dan Analisis Data.....	28
3. Klasifikasi Interval Data.....	28
4. Analisis Regresi Linear Berganda	28
5. Uji Asumsi Klasik	29
6. Uji Statistik.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Hasil Penelitian	32
1. Deskripsi Penelitian.....	32
2. Karakteristik Responden	33
3. Estimasi Lengkap Hasil Penelitian.....	39
B. Pembahasan	53
1. Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
2. Pengaruh Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
3. Pengaruh Pengalaman Belanja Terhadap Keputusan Pembelian	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
A. Kesimpulan	55
B. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	59



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Rujukan Penelitian	16
Tabel 2.2 Kerangka Analisis.....	16
Tabel 3.1 Kategori Jawaban.....	23
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	24
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaanya.....	35
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	36
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	37
Tabel 4.6 Skor Mean Variabel Keamanan (X1).....	40
Tabel 4.6 Skor Mean Variabel Kemudahan Transaksi (X2).....	41
Tabel 4.7 Skor Mean Variabel Pengalaman Belanja Online (X3).....	42
Tabel 4.8 Skor Mean Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	50
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	51
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022).....	2
Gambar 1.2 Situs E-Commerce dengan Kunjungan Terbanyak di Indonesia (Agustus 2022)	3
Gambar 2.1 Gambar 2.1 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	6
Gambar 4.1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Kuantitas Penggunaan.....	36
Gambar 4.4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	37
Gambar 4.5 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Responden

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Output SPSS

Lampiran 4 Logbook Bimbingan

Lampiran 5 Hasil Cek Turnitin

