

**Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap
Minat Pengguna
(Studi Kasus Pada pengguna Fitur Shopee Paylater)**

Skripsi

Diajukan untuk melengkapi tugas akademik
dan memenuhi syarat mencapai gelar
Sarjana Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun oleh :
Nanda Ayu Setyawati
(1121700018)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PRODI ADMINISTARSI BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2021**

**Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap
Minat Pengguna
(Studi Kasus Pada pengguna Fitur Shopee Paylater)**

Skripsi

Diajukan untuk melengkapi tugas akademik
dan memenuhi syarat mencapai gelar
Sarjana Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun oleh :
Nanda Ayu Setyawati
(1121700018)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PRODI ADMINISTARSI BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2021**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nanda Ayu Setyawati
NPM : 1121700018
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Pengguna (Studi Kasus Pada Pengguna Fitur Shopee Paylater)

Surabaya, 29 Desember 2021

Mengetahui
a.n. Dekan
Wakil Dekan Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing

Drs. Agung Pudjianto, M.M.

Drs. Agung Pudjianto, M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang dewan pengaji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal

Dewan Pengaji :

1. Drs. Agung Pudjianto, M.M.

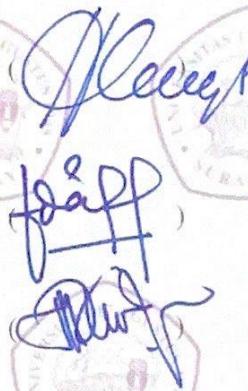
Ketua

2. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.

Anggota

3. Dra. Diana Juni Mulyati, M.M

Anggota



Mengesahkan

a.n. Dekan,

Wakil Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Kedua orang tua dan kakak saya membimbing, mendukung dan mendo'akan saya selama ini.
2. Seluruh Dosen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, khususnya Dosen Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmu dan membimbing selama perkuliahan
3. Almamater kebanggaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Teman-teman saya yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama perkuliahan dan pengembangan skripsi ini

MOTTO

“Hanya ada dua pilihan untuk memenangkan kehidupan: keberanian, atau keikhlasan. Jika tidak berani, ikhlaslah menerimannya. jika tidak ikhlas, beranilah mengubahnya.”

Toto Rahardjo

ABSTRAK

Shopee adalah pusat perdagangan elektronik yang berkantor pusat di Singapura di bawah naungan SEA Group (sebelumnya dikenal sebagai Garena). Shopee didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Mulai tahun 2019, Shopee juga sudah aktif di negara Brasil dan menjadikannya Shopee pertama di Amerika Selatan dan luar Asia. Shopee sendiri dipimpin oleh Chris Feng, Chris Feng adalah salah satu mantan pencipta Rocket Internet yang pernah memimpin Zalora dan Lazada (Geokur,2020). Rahardyan (2021) Shopee paylater ialah produk pinjaman dari shopee yang berkerjasama dengan *Fintech Lending* lain. Shopee selaku platform *e-commerce* menyediakan layanan kepada *Fintech Lending* untuk mendanai pengguna yang membutuhkan bantuan keuangan dalam bentuk saldo untuk berblenaja di shopee.

Jenis dari penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif yaitu teknik pengumpulan data berupa angka yang didapatkan dari hasil kuesioner lalu data tersebut diolah dan di analisis menggunakan statistik. Melalui hasil uji statistik dapat disimpulkan bahwa variabel *Kualitas Layanan* dan *Kepercayaan* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Minat Pengguna* fitur Shopee paylater. Secara parsial variabel independen X1 yaitu *Kualitas Layanan* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat pengguna. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung yaitu 10,936 lebih besar dari t tabel yaitu 1,988 yang berarti kualitas layanan mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap minat pengguna fitur shopee paylater. Secara parisal variabel independen X2 yaitu *Kepercayaan* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu *Minat Pengguna*. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung 5,267 lebih besar dari t tabel yaitu 1,988 yang berarti Kepercayaan mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap minat pengguna fitur Shopee paylater.

Kata Kunci : Shopee, Shopeepaylater, E-Commerce, Minat Pengguna, Kualitas Layanan, Kepercayaan

ABSTRACT

Shopee is an electronic trading centre headquartered in Singapore under the auspices of SEA Group (formerly known as Garena). Shopee was founded in 2009 by Forrest Li. Shopee first launched in Singapore in 2015, and has since expanded its reach to Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, and the Philippines. Starting in 2019, Shopee is also active in Brazil and making it the first Shopee in South America and outside Asia. Shopee itself is led by Chris Feng, Chris Feng is one of the former creators of Rocket Internet who once led Zalora and Lazada (Geokur, 2020). Rahardyan(2021) Shopee paylater is a loan product in collaboration with other Fintech Lending. Shopee as an e-commerce platform provides services to Fintech Lending to fund users who need financial assistance in the form of balances to chat in shopee.

This type of research is quantitative research, in this study uses quantitative analysis techniques that are data collection techniques in the form of numbers obtained from questionnaire results and then the data is processed and analyzed using statistics. Through the results of statistical tests it can be concluded that the Service Quality and Trust variables have a positive and significant influence on user interests of Shopee paylater features. Partially independent variable X1 i.e. Quality of Service has a positive and significant influence on the dependent variable that is user interest. This can be seen from the value of t calculated which is 10,936 greater than the table t which is 1,988 which means the quality of service has a considerable influence on the interest of users of shopee paylater features. In parallel independent variable X2 i.e. Trust has a positive and significant influence on the dependent variable that is User Interest. This can be seen from the value of t calculated 5,267 greater than the table t which is 1.988 which means trust has a considerable influence on the interest of users of the Shopee paylater feature.

Keywords : Shopee, Shopeepaylater, E-Commerce, User Interests, Quality of Service, Trust

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Pengguna “Studi Kasus Pada Pengguna Fitur Shopee Paylater”. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program pendidikan Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Sesungguhnya penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, dorongan, bimbingan, serta dukungan do'a dari berbagai pihak yang menjadikan skripsi ini lebih bermanfaat. Beberapa pihak lain yang tentunya tidak lupa saya ucapkan terimakasih, antara lain kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan dan kelancaran.
2. Bapak Prof. Dr. Mulyanto, MM., CMA., CPA. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Dr. Zakariya, M.M., M.S. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Bapak Drs. Agung Pudjianto, MM selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dra. Sri Andayani, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, pemikiran untuk dapat memberikan bimbingan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini hingga terselesaikan dengan baik.
5. Kedua orang tua saya Agus Sugiarto dan Siti Mariyati serta kakak-kakak saya atas doa restu sekaligus dukungan moral dan yang telah memenuhi kebutuhan saya.
6. Sahabat terbaik selama perkuliahan yang selalu memberikan dukungan kepada saya disaat proses penyusunan skripsi Lidya Alfianti, Nur Rohmatul Izza, Septi Nur Imani, Gissely Fiqih Harso, Aisyah Fatmala dan Elly Dwi Safitri
7. Sahabat terbaik yang berada di surabaya Oktavianza Farahilla dan Radha Fitriana
8. Teman sekaligus Pendamping disaat penyusunan skripsi dan hari-hari saya Ferdy Risanda
9. Seluruh pihak yang terkait dan berkepentingan yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Oleh sebab itu, kritik dan saran akan penulis terima demi kelancaran dan kesuksesan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi dan informasi untuk menambah pengetahuan bagi pembaca. Atas perhatian dan kebijaksanaannya, saya ucapkan terima kasih.

Surabaya, 09 Juli 2021
PENULIS

DAFTAR ISI

HALAM JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERSEMAHAN	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Perilaku Konsumen	11
2.2.1.1 Definisi Perilaku Konsumen	11
2.2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	12
2.2.1.3 Model Perilaku Konsumen.....	14
2.2.2 E-Commerce	15
2.2.2.1 Dimensi E-Commerce	16
2.2.3 Kredit.....	16
2.2.3.1 Jenis-Jenis Kredit	17
2.2.4 Kualitas Pelayanan (Service Quality)	17
2.2.4.1 Faktor Kualitas Pelayanan.....	18
2.2.4.2 Konsep kualitas pelayanan	18
2.2.4.3 Indikator kualias pelayanan.....	19
2.2.5 Kepercayaan	21
2.2.5.1 Karakteristik Kepercayaan	21
2.2.5.2 Jenis Kepercayaan Konsumen.....	23
2.2.5.3 Indikator Kepercayaan	23
2.2.6 Minat Pengguna.....	23
2.2.6.1 Definisi Minat pengguna	23

2.2.6.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat	24
2.2.6.3 Indikator Minat Beli	25
2.3 Pola Hubungan	25
2.4 Kerangka Dasar pemikiran	26
2.5 Hipotesis.....	26
2.6 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	27
2.6.1 Definisi Konsep.....	27
2.6.2 Definisi Operasional.....	27
 BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Rancangan Penelitian	29
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.3 Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1 Populasi	29
3.3.2 Sampel.....	29
3.4 Variabel Penelitian	31
3.5 Instrumen Penelitian	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data	32
3.7 Teknis Analisis Data.....	32
3.7.1 Uji Instrumen	32
3.7.2 Analisis Regresi Berganda	33
3.7.3 Teknis Pengujian Hipotesis.....	33
 BAB IV PENYAJIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Penyajian Data.....	35
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	35
4.1.2 Karakteristik Responden	36
4.1.3 Uji Instrumen	37
4.1.4 Tabulasi Jawaban Responden.....	39
4.2 Analisis Data	53
4.2.1 Uji Asusmsi Klasik	53
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda	56
4.2.3 Teknik Pengujian Hipotesis	57
4.3 Pembahasan	59
 BAB V KESIMPULAN	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 SARAN	61
 DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1 Uji Normalitas Model Histogram.....	53
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Data P-Plot	54
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Skala Likert	32
Tabel 4.1 Responden berdasarkan jenis kelamin	36
Tabel 4.2 Responden berdasarkan Usia	36
Tabel 4.3 Responden berdasarkan Profesi	37
Tabel 4.4 Responden berdasarkan Pendapatan tiap bulan	37
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.7 Hasil Tabulasi Variabel Kualitas layanan	39
Tabel 4.8 Hasil tabulasi variabel Kepercayaan	42
Tabel 4.9 Hasil Tabulasi Variabel Minat Pengguna (Y)	45
Tabel 4.10 Hasil Nilai Mean Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan (X1)	49
Tabel 4.11 Hasil Nilai Mean Jawaban Responden Variabel Kepercayaan (X2).....	50
Tabel 4.12 Hasil Nilai Mean Jawaban Responden Variabel Minat Pengguna (Y) ...	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolonieritas	55
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Linier Berganda	56
Tabel 4.15 Hasil Uji t (Parsial).....	57
Tabel 4.16 Hasil Uji Korelasi (R) dan Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
Tabel 4.17 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	66
Lampiran 2 Data Penelitian.....	69
Lampiran 3 Hasil SPSS	85
Lampiran 4 Lembar Perintah Revisi	91
Lampiran 5 Hasil Turnitin.....	93