

ANALISIS PENGARUH KEMAMPUAN (ABILITY), PERBUATAN BAIK (BENEVOLENCE), DAN INTEGRITAS (INTEGRITY) PENJUAL ONLINE SHOP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN ONLINE SHOP (STUDI KASUS: BLACKBERRY MESSENGER)

Oleh:

Nama : **Adi Wijaya**

NIM : **26070624**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Agustus 2013

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH KEMAMPUAN (ABILITY), PERBUATAN BAIK (BENEVOLENCE), DAN INTEGRITAS (INTEGRITY) PENJUAL ONLINE SHOP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN ONLINE SHOP (STUDI KASUS: BLACKBERRY MESSENGER)

Diajukan Oleh

Nama : Adi Wijaya

Nim : 26070624

Jakarta, Agustus 2013

Disetujui Oleh :

Pembimbing I,

(Rita E.Setianingsih, S.E.,M.M)

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2013



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Adi Wijaya / 26070624 / 2013 / Pengaruh Kemampuan (Ability), Perbuatan Baik (Benevolence), Dan Integritas (Integrity) Penjual Online Shop Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Online Shop (Studi Kasus: BlackBerry Messenger) / Pembimbing Ibu Rita E.Setianingsih, S.E.,M.M

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh begitu banyaknya anak muda yang berjualan dengan BlackBerry. Dengan begitu banyak penjual online shop yang baru, tentu konsumen hanya akan memilih penjual yang dapat dipercaya. Dalam persaingan bisnis yang ketat, penjual online shop perlu menyadari bahwa komponen-komponen seperti kemampuan, perbuatan baik, dan integritas dapat meningkatkan kepercayaan pembeli sebelum memutuskan untuk membeli.

Kemampuan adalah keahlian, kompetensi, dan karaktersitik yang memungkinkan suatu pihak untuk mempengaruhi wilayah yang spesifik. Perbuatan baik adalah keyakinan bahwa *trustee* ingin melakukan suatu perbuatan baik terhadap *trustor*. Integritas adalah keyakinan bahwa *trustee* mengikuti prinsip-prinsip yang dapat diterima oleh *trustor*. Kepercayaan adalah salah satu kunci kesuksesan bisnis online.

Subyek penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli online via BlackBerry Messenger dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 100 responden. Alat ukur yang dipakai dalam penelitian ini adalah Uji Beda, Uji Croncoba Alpha, Skala Likert, Uji Regresi, dan Uji Asumsi Klasik.

Hasil akhir dari penelitian ini adalah analisis dari 100 kuesioner yang disebarikan melalui berbagai social media dan BlackBerry Messenger. Dan variabel kemampuan, perbuatan baik, dan integritas mempengaruhi kepercayaan dan selanjutnya kepercayaan mempengaruhi dalam membeli online.

Kesimpulan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan pada variabel kemampuan, dan perbuatan baik, dan integritas.



ABSTRACT

Adi Wijaya / 26070624 / Effect of Ability, Benevolence, And Integrity Sellers Online Shop Against Purchase Decision Customers Online Shop (Study Case: BlackBerry Messenger)

The background form of this research is motivated by so many young people who sell this shirt, medicine, dog, and anything on the BlackBerry Messenger. Everyday there are new sellers who sell on the BlackBerry. Of customers will only choose a trustworthy seller. In a tight business competition, online shop sellers need to be aware that the components such as the ability, benevolence, and integrity can improve buyer confidence before deciding to buy.

Ability is the perceived skills, competencies, and characteristics that enable a party to have influence within specific domain. Benevolence is the trustor's believe that the trustee wants to do toward the trustor. Integrity is the belief that the trustee adheres to a set of principals that the trustor finds acceptable. Trust is one of the keys to successful online business.

The subject of the research is that customers who is customers who've bought online using descriptive method. Data collection techniques used is to deploy as many as 100 questionnaire respondents. Measuring instrument used in the research is Different Test, Alpha Cronba, Likert Scale, Regression, Assumptions Classic.

The end result of this research is an analysis of 100 questionnaires distributed with social media and BlackBerry Messenger. And variable ability, benevolence, and integrity affect their decision to trust and then trust affect purchase decision.

The conclusion indicates the existence of a positive and significant impact on ability, and benevolence, and integrity.





KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat kasih, anugerah dan perlindungan-Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Elemen Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Online Shop (Studi Kasus: BlackBerry Messenger)”. Tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi S-1 Jurusan Manajemen Pemasaran di Institut Bisnis dan Informatika Indonesia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terwujud tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang terhingga kepada:

1. Ibu Rita E.Setianingsih, S.E.,M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan waktu, tenaga, dan pikiran beliau yang sangat berharga serta dengan penuh kesabaran, mengarahkan, membina dan membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Kedua orang tuaku, yang telah merawat, mendidik, dan mendoakanku setiap saat serta memberikan semangat.
3. Dr. Vjr Roy, MA(Adm).,MA(Soc).,MA(Theo).,DD.PhD dan istri selaku orang tua rohani yang telah banyak berdoa setiap saat serta memberikan semangat untuk terselesaikannya skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Institut Bisnis dan Informatika Indonesia yang telah membagikan ilmu yang berharga kepada penulis dari semester pertama sampai terselesaikannya skripsi ini,



5. Semua teman-teman terutama Felix Lee, Andhika Kurniawan Wijaya, Hendra Wijaya, Meriana dan Robby yang senantiasa memberikan dorongan, semangat dan masukan kepada penulis hingga terselesikannya penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dan segala bantuan yang tidak mungkin penulis lupakan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis sangat berharap agar kelak skripsi ini dapat berguna bagi para pembaca dan juga dapat digunakan sebagai bahan perbandingan sekaligus masukan bagi penulis skripsi selanjutnya.

Jakarta, Agustus 2013

Adi Wijaya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi

BAB I	PENDAHULUAN	
	A. Latar Belakang Masalah	1
	B. Identifikasi Masalah	5
	C. Batasan Masalah	5
	D. Batasan Penelitian	6
	E. Rumusan Masalah	6
	F. Tujuan Penelitian	7
	G. Manfaat Penelitian	7

BAB II	LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
	A. Landasan Teori	
	a. Perilaku Konsumen	8
	b. Model Perilaku Konsumen	8
	c. Pengambilan Keputusan	
	1. Pengenalan Kebutuhan	10
	2. Pencarian Informasi	11
	3. Evaluasi Alternatif	11



4. Keputusan Pembelian	12
5. Perilaku Setelah Pembelian	12
d. Mobile Marketing	14
e. Online Shopping	17
f. Trust	
1. Kemampuan.....	21
2. Perbuatan Baik.....	21
3. Integritas	21
B. Kerangka Pemikiran	22
C. Hipotesis Penelitian	23

METODOLOGI PENELITIAN

A. Obyek Penelitian	24
B. Metode Penelitian	24
C. Variabel Penelitian	26
D. Teknik Pengumpulan Data	31
E. Teknik Pengambilan Sampel	33
F. Teknik Analisis Data	33

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	42
B. Analisis dan Pembahasan	
1. Profil Responden	43
2. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3. Penilaian Responden Terhadap Variabel	
Kemampuan, Perbuatan Baik, Integritas, dan	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Keputusan Pembelian	48
4. Analisa Pengaruh Kemampuan, Perbuatan Baik, Dan Integritas Terhadap Keputusan Pembelian	51
5. Hasil Penelitian.....	58

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	60
B. Saran	60

DAFTAR PUSTAKA	61
-----------------------------	----

LAMPIRAN	63
-----------------------	----

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

<p>© Hak Cipta dan Hak Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta dan Hak Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Tabel 4.1</td> <td style="width: 70%;">Distribusi Jenis Kelamin</td> <td style="width: 20%; text-align: right;">43</td> </tr> <tr> <td>Tabel 4.2</td> <td>Distribusi Usia Responden</td> <td style="text-align: right;">44</td> </tr> <tr> <td>Tabel 4.3</td> <td>Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan</td> <td style="text-align: right;">44</td> </tr> <tr> <td>Tabel 4.4</td> <td>Distribusi Berdasarkan Pengeluaran</td> <td style="text-align: right;">44</td> </tr> <tr> <td>Tabel 4.5</td> <td>Hasil Pengujian Validitas Variabel Kemampuan</td> <td style="text-align: right;">45</td> </tr> <tr> <td>Tabel 4.6</td> <td>Hasil Pengujian Validitas Variabel Perbuatan Baik</td> <td style="text-align: right;">46</td> </tr> <tr> <td>Tabel 4.7</td> <td>Hasil Pengujian Validitas Variabel Integritas</td> <td style="text-align: right;">46</td> </tr> <tr> <td>Tabel 4.8</td> <td>Hasil Pengujian Reliabilitas</td> <td style="text-align: right;">47</td> </tr> <tr> <td>Tabel 4.9</td> <td>Hasil Analisis Variabel Kemampuan</td> <td style="text-align: right;">47</td> </tr> <tr> <td>Tabel 4.10</td> <td>Hasil Analisis Variabel Perbuatan Baik</td> <td style="text-align: right;">48</td> </tr> <tr> <td>Tabel 4.11</td> <td>Hasil Analisis Variabel Integritas</td> <td style="text-align: right;">49</td> </tr> <tr> <td>Tabel 4.12</td> <td>Hasil Analisis Variabel Keputusan Pembelian</td> <td style="text-align: right;">50</td> </tr> <tr> <td>Tabel 4.13</td> <td>Uji Regresi untuk Regresi Berganda</td> <td style="text-align: right;">52</td> </tr> <tr> <td>Tabel 4.14</td> <td>Uji Normalitas untuk Regresi Berganda</td> <td style="text-align: right;">53</td> </tr> <tr> <td>Tabel 4.15</td> <td>Uji Multikolinieritas untuk Regresi Berganda</td> <td style="text-align: right;">53</td> </tr> <tr> <td>Tabel 4.16</td> <td>Uji Heteroskedastisitas untuk Regresi Berganda</td> <td style="text-align: right;">54</td> </tr> <tr> <td>Tabel 4.17</td> <td>Tabel Anova untuk Regresi Berganda</td> <td style="text-align: right;">55</td> </tr> <tr> <td>Tabel 4.18</td> <td>Uji t untuk Regresi Berganda</td> <td style="text-align: right;">56</td> </tr> <tr> <td>Tabel 4.19</td> <td>Tabel Pengaruh Paling Dominan</td> <td style="text-align: right;">58</td> </tr> </table>	Tabel 4.1	Distribusi Jenis Kelamin	43	Tabel 4.2	Distribusi Usia Responden	44	Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	44	Tabel 4.4	Distribusi Berdasarkan Pengeluaran	44	Tabel 4.5	Hasil Pengujian Validitas Variabel Kemampuan	45	Tabel 4.6	Hasil Pengujian Validitas Variabel Perbuatan Baik	46	Tabel 4.7	Hasil Pengujian Validitas Variabel Integritas	46	Tabel 4.8	Hasil Pengujian Reliabilitas	47	Tabel 4.9	Hasil Analisis Variabel Kemampuan	47	Tabel 4.10	Hasil Analisis Variabel Perbuatan Baik	48	Tabel 4.11	Hasil Analisis Variabel Integritas	49	Tabel 4.12	Hasil Analisis Variabel Keputusan Pembelian	50	Tabel 4.13	Uji Regresi untuk Regresi Berganda	52	Tabel 4.14	Uji Normalitas untuk Regresi Berganda	53	Tabel 4.15	Uji Multikolinieritas untuk Regresi Berganda	53	Tabel 4.16	Uji Heteroskedastisitas untuk Regresi Berganda	54	Tabel 4.17	Tabel Anova untuk Regresi Berganda	55	Tabel 4.18	Uji t untuk Regresi Berganda	56	Tabel 4.19	Tabel Pengaruh Paling Dominan	58
Tabel 4.1	Distribusi Jenis Kelamin	43																																																								
Tabel 4.2	Distribusi Usia Responden	44																																																								
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	44																																																								
Tabel 4.4	Distribusi Berdasarkan Pengeluaran	44																																																								
Tabel 4.5	Hasil Pengujian Validitas Variabel Kemampuan	45																																																								
Tabel 4.6	Hasil Pengujian Validitas Variabel Perbuatan Baik	46																																																								
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Validitas Variabel Integritas	46																																																								
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Reliabilitas	47																																																								
Tabel 4.9	Hasil Analisis Variabel Kemampuan	47																																																								
Tabel 4.10	Hasil Analisis Variabel Perbuatan Baik	48																																																								
Tabel 4.11	Hasil Analisis Variabel Integritas	49																																																								
Tabel 4.12	Hasil Analisis Variabel Keputusan Pembelian	50																																																								
Tabel 4.13	Uji Regresi untuk Regresi Berganda	52																																																								
Tabel 4.14	Uji Normalitas untuk Regresi Berganda	53																																																								
Tabel 4.15	Uji Multikolinieritas untuk Regresi Berganda	53																																																								
Tabel 4.16	Uji Heteroskedastisitas untuk Regresi Berganda	54																																																								
Tabel 4.17	Tabel Anova untuk Regresi Berganda	55																																																								
Tabel 4.18	Uji t untuk Regresi Berganda	56																																																								
Tabel 4.19	Tabel Pengaruh Paling Dominan	58																																																								

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	9
Gambar 2.2 Proses Pengambilan Keputusan	10
Gambar 2.3 Skema Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4.1 Model Kerangka Hasil Penelitian.....	59

© Hak Cipta Milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.