

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Pengalaman Masyarakat Tulungagung Terhadap Minat Beli Produk Online Pada Marketplace (Studi Kasus Pada Pengguna Marketplace Shopee di Tulungagung)” ini ditulis oleh Wulan Arum Sari, NIM. 12402183053 jurusan Ekonomi Syariah, dengan pembimbing Prof. Dr. Ngainun Naim, M.H.I.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi yang semakin canggih yang menimbulkan maraknya bisnis *online* melalui *marketplace*. Sehingga menyebabkan persaingan yang ketat antar *marketplace*. Sehingga perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang penting agar konsumen tetap berminat berbelanja di *marketplace* shopee daripada *marketplace* lain. Hal utama yang perlu diperhatikan agar perusahaan tetap eksis yaitu memperbaiki dan meningkatkan kepercayaan konsumen dan memberikan pengalaman yang baik. Mengingat kepercayaan dan pengalaman pembelian merupakan hal yang penting dalam bisnis *online*.

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu (1) Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap minat beli produk *online* masyarakat Tulungagung pada *marketplace* shopee? (2) Apakah pengalaman pembelian berpengaruh terhadap minat beli produk *online* masyarakat Tulungagung pada *marketplace* shopee? (3) Apakah terdapat pengaruh kepercayaan konsumen dan pengalaman pembelian terhadap minat beli produk *online* masyarakat Tulungagung pada *marketplace* shopee?

Peneliti ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner, teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini 100 responden. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala liker. Analisis data yang digunakan yaitu meliputi: uji validitas dan uji realibilitas, uji asumsi klasik meliputi: uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis yaitu uji t dan uji f.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *online* masyarakat Tulungagung pada *marketplace* shopee. Berdasarkan hasil uji t yang diperoleh nilai t hitung sebesar 4,251 dan koefisien regresi sebesar 0,242 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. (2) Pengalaman pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *online* masyarakat Tulungagung pada *marketplace* shopee. Berdasarkan hasil uji t yang diperoleh nilai t hitung sebesar 5,022 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,320 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. (3) Kepercayaan konsumen dan pengalaman pembelian secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk pada *marketplace* shopee. Berdasarkan uji f yang menunjukkan nilai f hitung sebesar 59,872 > 3,09, dan nilai signifikan 0,000 < 0,05.

Kata Kunci: Kepercayaan, Pengalaman Pembelian, Minat Beli

ABSTRACT

The final project with a title “The Influence of Customer trust and Experience of Tulungagung Society Toward Tulungagung society’s purchasing interest of Online Product on Marketplace (Study Cases of Shopee Marketplace Users in Tulungagung)” is written by Wulan Arum Sri, NIM. 12402183053 in a major of Syariah Economics with the advisor is Prof. Dr. Ngainun Naim, M.H.I.

The research of this final project was motivated by the developing technology that more sophisticated and it caused online business spread widely through a marketplace. Therefore, it causes strict competition in the marketplace. So, the company must observe the main things to make customers constantly shop in the shopee marketplace rather than shop in another marketplace. The main thing that must observe to make a company constantly popular is improving and increasing customer trust and giving a good experience. Considering that customer trust and experience of buying is a prime matter in online business.

The problem formulation in this research: (1) Are customer trust can affect the Tulungagung society’s buying interest of online products on the Shopee marketplace? (2) Are purchase experience can affect Tulungagung society’s buying interest of online products on the Shopee marketplace? (3) Is there any effect of customer trust and buying experience toward the Tulungagung society’s buying interest of online product on Shopee marketplace?

This research used a qualitative method with a research model of associative. The technique for data collection uses a questionnaire, and the technic for sampling uses purposive sampling by using 100 respondents. The scale of measurement is Likert Scale. The data analysis is using the validation test and reliability test, classic assumption test includes; normality test, Multicollinearity test, heteroscedasticity test, regression multiple linear tests, determination coefficient and hypotheses test of t and f test.

The result of this research point: (1) The customer trust has a positive effect and significant to Tulungagung society’s buying interest of online products in the shopee marketplace. Based on the result of the t test that obtained t amount value 4,251 and regression of coefficient value 0,242 with significant value 0,000. (2) The purchasing experience gives a positive effect and significant toward Tulungagung society’s buying interest of online product in shopee marketplace. Based on the result of the t test that obtained t value in the amount of 5,022 and the regression of coefficient value of 0,320 with a significant value of 0,000. (3) The customer trust and purchasing experience that simultaneously given positive effect and significant toward Tulungagung society’s buying interest on shopee marketplace. Based on the f test that indicate amount of f value $59,872 > 3,09$, and significant value $0,000 < 0,05$.

Key Word: Customer Trust, Purchasing Experience, Buying Interest