

**HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI  
MANFAAT DENGAN NIAT PEMBELIAN ULANG DI  
TOKOPEDIA.COM PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI  
PENDIDIKAN TATA NIAGA FAKULTAS EKONOMI DI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**ADI RAMDHA SUBANDIE**

**8135134137**



*Building  
Future  
Leaders*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2017**

***THE CORRELATION BETWEEN TRUST AND PERCEIVED  
USEFULNESS WITH REPURCHASE INTENTION ON STUDENT  
STUDY PROGRAM COMMERCE EDUCATION FACULTY OF  
ECONOMICS IN STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

**ADI RAMDHA SUBANDIE  
8135134137**



*Building  
Future  
Leaders*

***Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of  
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2017***

## ABSTRAK

**ADI RAMDHA SUBANDIE**, Hubungan antara Kepercayaan dan Persepsi Manfaat dengan Niat Pembelian Ulang pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta, selama tujuh bulan terhitung sejak Januari 2017 sampai dengan Juli 2017. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah ada hubungan positif dan signifikan kepercayaan dengan niat pembelian ulang, hubungan positif dan signifikan persepsi manfaat dengan niat pembelian ulang pada mahasiswa pendidikan tata niaga di Universitas Negeri Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Purposive Sampling* sebanyak 114 Mahasiswa. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah  $\hat{Y} = 36,298 + 0.641X_1$  untuk variabel kepercayaan konsumen,  $\hat{Y} = 41,767 + 0.612X_2$  untuk variabel persepsi manfaat, Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan menggunakan *Uji Kolmogorov Smirnov* dengan hasil pengujian dapat diketahui nilai *Asymp. Sig* niat pembelian ulang (Y) sebesar 0,062, nilai *Asymp. Sig* kepercayaan ( $X_1$ ) sebesar 0,473, nilai *Asymp. Sig* persepsi manfaat ( $X_2$ ) sebesar 0,200. Karena data mempunyai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data tersebut disimpulkan berdistribusi normal. Selanjutnya dilakukan uji t dan dihasilkan  $t_{hitung} 8,174 > t_{tabel} 1,66$  untuk kepercayaan konsumen ( $X_1$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepercayaan dengan niat pembelian ulang (Y). Dan selanjutnya dilakukan uji t dan dihasilkan  $t_{hitung} 8,441 > t_{tabel} 1,66$  untuk persepsi manfaat ( $X_2$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi manfaat dengan niat pembelian ulang (Y). Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,374 untuk kepercayaan, 0,389 untuk persepsi manfaat, hal ini menunjukkan bahwa variabel niat pembelian ulang ditentukan oleh variabel kepercayaan sebesar 37,4%, persepsi manfaat sebesar 38,9%.

**Kata kunci : Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Niat Pembelian Ulang.**

## **ABSTRACT**

**ADI RAMDHA SUBANDIE**, *The Correlation between Trust and Perceived Usefulness with Repurchase Intention on Student Study Program Commerce Education Faculty of Economics in State University Of Jakarta.*

*This research was conducted on the students of Commerce Education at the State University of Jakarta, for seven months starting from January 2017 until July 2017. The purpose of this study is to find out whether there is a positive correlation and significant trust with the repurchase intention, positive and significant correlation with repurchase intention of a student of Commerce Education at the State University of Jakarta. The research method used is survey method with quantitative approach. The sampling technique used is the technique of Simple Random Sampling of 114 Students. The regression equation produced is  $\hat{Y} = 36,298 + 0,641X_1$  for consumer trust variable,  $\hat{Y} = 41,767 + 0,612X_2$  for perceived usefulness variable, Testing analysis with Kolmogorov Smirnov test with test result can be known Asymp value. Sig intention of repurchase (Y) equal to 0,062, Asymp. Sig consumer trust ( $X_1$ ) of 0.473, Asymp. Sig perceived usefulness ( $X_2$ ) of 0.200. Because the data has a significance greater than 0.05 then the data is inferred normally distributed. Then t test and  $t_{count} 8,174 > t_{table} 1,66$  for trust ( $X_1$ ). Thus, it can be concluded that there is a positive and significant relationship between trust with the repurchase intention (Y). And then t test is done and generated  $t_{count} 8,441 > t_{table} 1,66$  for perceived usefulness ( $X_2$ ). Thus, it can be concluded that there is a positive and significant relationship between the perceived usefulness with the intention of repurchase (Y). Factors that influence results. 0.644 for confidence.*

**Key word : Trust, Perceived Usefulness, Repurchase Intention.**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus

NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Ketua Penguji		14-8-2017
2. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 19770111200812203	Penguji Ahli		14-8-2017
3. <u>Dita Puruwita, M.Si</u> NIP. 198209082010122004	Sekretaris		14-8-2017
4. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM. M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Pembimbing I		15-8-2017
5. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si</u> NIP. 197206171999031001	Pembimbing II		14-8-2017

Tanggal Lulus: 14-8-2017

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 4 Agustus 2017

Yang membuat pernyataan



Adi Ramdha Subandie

NIM. 8135134137

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“A man does what he must, in spite of personal consequences, in spite obstacles and dangers and pressure and that is the basis of all human morality”*

*“Courage is what it takes to stand up and speak; courage is also what it takes to sit down and listen”*

*- Winston Churchill*

*"Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya aku akan menambah (nikmat) kepadamu, tetapi jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka pasti azab-Ku sangat berat”.*

*(QS. Ibrahim 14:7)*

Alhamdulillahirabbil’alamin. Bersyukur kepada Allah Subhanahu Wata’ala, karena NYA, saya dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya dan seluruh orang-orang disekitar saya yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi baik secara moril maupun materi. Semoga Allah membalas kebaikan mereka semua dengan pahala yang berlipat ganda. Aamiin

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara kepercayaan konsumen dan persepsi manfaat dengan niat pembelian ulang pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan ilmu, bimbingan, arahan, dukungan, semangat, waktu, tenaga, kritik, dan saran dalam penulisan skripsi ini.
2. Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing II dan selaku pembimbing akademik yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan, arahan, dukungan, waktu, tenaga, kritk, saran, dan memberikan semangat yang tiada hentinya serta, memberikan ilmu pengetahuan yang dimiliki kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini.
3. Dr. Corry Yohana, MM. selaku Koordinator program studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.



4. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
6. Orang tua tercinta Bapak Oman Unju Subandie dan Ibu Ade Ratningsih yang selalu mendukung dan mendoakan saya serta tak pernah lelah untuk mendidik sampai saat ini serta dukungan mereka baik secara materi maupun moril.
7. Kedua kakak tersayang, Aero Febie Subandie dan Sepriadi Subandie yang terus mendukung dan memberikan semangat.
8. Terimakasih kepada sentia yang telah memberi dukungan fasilitas, semangat dan selalu memberikan motivasi untuk terus maju dalam menyelesaikan studi.
9. Sahabat dan kerabat yang selalu memberikan semangat dan selalu memberikan motivasi untuk terus maju
10. Seluruh Mahasiswa pendidikan tata niaga angkatan 2013-2014 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah meluangkan waktunya.
11. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Tata Niaga A dan B 2013.
12. Teman-teman seperjuangan satu bimbingan.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam menyusun skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, 4 Agustus 2017

Adi Ramdha Subandie