

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PENGALAMAN BELANJA  
TERHADAP MINAT BELI DI APLIKASI LAZADA PADA MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA DI  
JAKARTA**

**ENNO PARAMITHA**

**8135155067**



*Building  
Future  
Leaders*

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri  
Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2019**

***THE EFFECT OF TRUST AND SHOPPING EXPERIENCE OF BUYING  
INTERESTS IN THE FACULTY OF ECONOMICS STUDENT IN STATE  
UNIVERSITY OF JAKARTA***

**ENNO PARAMITHA**

**8135145140**



*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 BUSINESS EDUCATION***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2019***

## ABSTRAK

**ENNO PARAMITHA**, Pengaruh Kepercayaan dan Pengalaman Belanja pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, selama 6 bulan terhitung sejak Februari sampai dengan Juli 2019. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan pengalaman belanja terhadap minat beli pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode survei, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *Purposive sampling* sebanyak 115 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah  $\hat{Y} = 15,856 + 0,235 X_1 + 0,371 X_2$ . Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y,  $X_1$ , dan  $X_2$  bernilai sebesar 0,200. Karena tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas  $X_1$  dan Y atas  $X_2$  menghasilkan nilai signifikansi pada *Linearity*, yaitu  $0,000 < 0,05$ , sehingga disimpulkan bahwa memiliki hubungan yang linier. Dari uji keberartian regresi Y atas  $X_1$  dan  $X_2$  menghasilkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , yaitu  $18,135 > 3,079$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas  $X_1$   $t_{hitung} = 2,372$  dan  $t_{tabel} = 1,65857$ , Y atas  $X_2$   $t_{hitung} = 3,856$  dan  $t_{tabel} = 1,65857$ . Jadi, terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kepercayaan terhadap minat beli, serta pengaruh positif dan signifikan dari pengalaman belanja terhadap minat beli. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kepercayaan dan pengalaman belanja terhadap minat beli. Koefisien determinasi Y atas  $X_1$  dan  $X_2$  yang diperoleh sebesar 0,245 yang menunjukkan bahwa 24,5% variabel minat beli ditentukan oleh kepercayaan dan pengalaman belanja. Sementara itu, sisanya 75,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata kunci: Minat Beli, Kepercayaan, Pengalaman Belanja**

## ABSTRACT

**ENNO PARAMITHA**, *The Effect of Trust and Shopping Experience of Buying Interests in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta.*

*This research was conducted in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta, for 6 months, starting from February to July 2019. The purpose of this study is to determine the influence of trust and self-shopping experience of buying interests in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. The research method used is survey method, population used are all student in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. The sampling technique used technique of purposive sampling as many as 115 people. The resulting regression equation is  $\hat{Y} = 15,856 + 0,235 X_1 + 0,371 X_2$ . Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y,  $X_1$ , and  $X_2$  with Kolmogorov-Smimov test with significance level ( $\alpha$ ) = 5% or 0,05 estimates significance of Y equal to 0,200. Because the significance level is  $> 0.05$  it can be concluded that the data is normally distributed and can be used. Testing linearity of regression Y on  $X_1$  and Y on  $X_2$  yields a significance value on Linearity, that is  $0,000 < 0.05$ , so it is concluded that it has a linear relationship. Hypothesis testing from the significance regression Y on  $X_1$  and  $X_2$  produces  $F_{count} > F_{table}$  which,  $18,135 > 3,079$ , meaning that the regression equation is significant. Then performed the test significance using t test and the resulting  $t_{count} > t_{table}$ ,  $t_{count} = 2,372$  and  $t_{table} = 1,65857$  and the resulting  $t_{count} > t_{table}$ ,  $t_{count} = 3,856$  and  $t_{table} = 1,65857$ . Thus, there is a positive and significant influence of trust and the buying interests and there is a positive and significant influence between shopping experience and the buying interests. The coefficient of determination Y on  $X_1$  and  $X_2$  obtained by 0,245 indicating that 24,5% variable buying interests determined by the trust and shopping experience. Meanwhile, the remaining 75,5% is influenced by other factors.*

**Key word:** *Buying Interests, Trust, Shopping Experience*

## LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus  
NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Ketua Penguji	 .....	<u>16 Agustus 2019</u>
2. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Penguji Ahli	 .....	<u>16 Agustus 2019</u>
3. <u>Rahmi, SE, M.S.M</u> NIP. 198305012018032001	Sekretaris	 .....	<u>20 Agustus 2019</u>
4. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001	Pembimbing I	 .....	<u>19 Agustus 2019</u>
5. <u>Terrylina Arvinta Monoarfa, SE, MM</u> NIDK. 885466018	Pembimbing II	 .....	<u>20 Agustus 2019</u>

Tanggal Lulus: 12 Agustus 2019

## 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 di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, 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, Juli 2019

Yang membuat pernyataan



Enno Paramitha  
NIM.8135155067

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

*“Stop dreaming and start doing”*

“Setiap orang itu jenius, tetapi jika anda menilai seekor ikan dari kemampuannya memanjat pohon, ia akan percaya seumur hidupnya bahwa ia bodoh” (Albert Einstein)

“Janganlah engkau bersedih, sesungguhnya Allah bersama kita (QS. At-Taubah: 40)

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Bapak, Ibu dan kakak tercinta yang senantiasa memberikan doa dan dukungan supaya saya dapat meraih mimpi untuk kelak menjadi orang yang bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain. Saya persembahkan juga skripsi saya ini untuk Ibu Dientje Ibu Terry yang telah banyak berjasa dalam membimbing, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang lain.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya dengan memberikan kemudahan serta kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Pengalaman Belanja terhadap Minat Beli di Aplikasi Lazada pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mendapat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Dientje Griandini, M.Pd selaku dosen pembimbing I yang telah banyak berjasa dalam memberikan bimbingan, ilmu, saran, perhatian dan kesabaran dalam membimbing penulisan skripsi ini.
2. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE, MM selaku dosen pembimbing II yang telah banyak berjasa dalam memberikan bimbingan, ilmu, tenaga, pikiran, dan saran yang membangun dalam penulisan skripsi ini.
3. Ryna Parlyna, MBA selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
4. Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, terkhususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna.
6. Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi yang telah meluangkan waktunya dalam membantu penelitian ini.
7. Kedua orang tua tercinta yaitu, Bapak Agoes Soegiarto dan Ibu Elita Sulistyani, serta Kakak Evelyn Paradita yang senantiasa mendoakan dan mendukung.
8. Sahabat terkasih, terkhususnya Aries Febrianto, Luqyana Camelia, Nenden Siti Fauziah, Syifa Zakiah, Khoirunnisa, dan Dyah Kartika yang selalu memberikan masukan, dukungan dan semangat.

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

Jakarta, Juli 2019

Enno Paramitha