

**HUBUNGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN DENGAN
PURCHASE INTENTION PADA MASYARAKAT
KOTA BEKASI**

SKRIPSI

Oleh:

**RAFA GUSTYANA
201710515152**



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

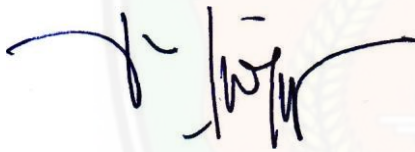
LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Hubungan Kepercayaan Konsumen dengan
Purchase Intention pada Masyarakat Kota Bekasi
Nama Mahasiswa : Rafa Gustyana
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710515152
Program Studi/Fakultas : Psikologi/Psikologi
Tanggal Lulus Ujian : 13 Juli 2021

Bekasi, 23 Juli 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Mira Sekar Arumi, M.Psi., Psikolog

NIDN : 0317128504

Pembimbing II



Andreas Corsini Widya Nugraha, S.Fil., M.A

NIDN : 0316028901

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Kepercayaan Konsumen dengan
Purchase Intention pada Masyarakat Kota Bekasi
Nama Mahasiswa : Rafa Gustyana
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710515152
Program Studi/Fakultas : Psikologi/Psikologi
Tanggal Lulus Ujian : 13 Juli 2021

Bekasi, 23 Juli 2021
MENGESAHKAN,

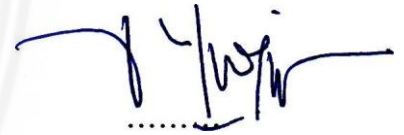
Ketua Tim Penguji : Kus Hanna Rahmi, M.Psi., Psikolog
NIDN 0326107706



Penguji I : Andreas Corsini Widya Nugraha, S.Fil., M.A
NIDN 0316028901



Penguji II : Mira Sekar Arumi, M.Psi., Psikolog
NIDN 0317128504



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Psikologi

Dekan Fakultas psikologi



Yulia Fitriani, S.Psi., M.A
NIDN 0314078503

Mira Sekar Arumi, M.Psi., Psikolog
NIDN 0317128504

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “Hubungan Kepercayaan Konsumen dengan *Purchase Intention* pada Masyarakat Kota Bekasi” ini merupakan benar-benar hasil karya saya sendiri tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan perturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan di foto copy melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 23 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Rafa Gustyana

201710515152

ABSTRAK

Rafa Gustyana. 201710515152. Hubungan Kepercayaan Konsumen dengan *Purchase Intention* pada Masyarakat Kota Bekasi

Abstrak. Dalam konteks belanja *online* resiko terasa lebih tinggi dari pada belanja secara konvensional karena terbatasnya kontak fisik antara konsumen dan produk yang akan dibeli. Tidak sedikit yang mengalami kerugian akibat belanja *online*, sehingga untuk membuat konsumen bersedia dan berniat untuk terlibat dalam transaksi *online* (*purchase intention*) pelaku bisnis toko *online* perlu membangun kepercayaan calon konsumen agar berbelanja di toko *online* tersebut. Oleh karena itu, relevan bagi penjual *online* untuk menetapkan proses transaksi terpercaya sehingga konsumen menempatkan kepercayaan pada mereka yang dapat membentuk *purchase intention*. Salah satu faktor yang mempengaruhi *purchase intention* adalah kepercayaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kepercayaan konsumen dengan *purchase intention*. Adapun teknik sampling yang digunakan yaitu *Non probability sampling* dengan jenis *convenience sampling* dengan sampel penelitian sebanyak 200 responden. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,281** dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan ada hubungan antara kepercayaan konsumen dengan *purchase intention* diterima dan hipotesis nol (H_0) yang menyatakan tidak ada hubungan antara kepercayaan konsumen dengan *purchase intention* ditolak.

Kata Kunci: belanja *online*, kepercayaan konsumen, *purchase intention*

ABSTRACT

Rafa Gustyana. 201710515152. The Relationship between Consumer Trust with Purchase Intention in the Bekasi City Community

Abstract. In the context of online shopping the risk is noticeably higher than conventional shopping due to limited physical contact between consumers and the products to be purchased. Not a few who suffer losses due to online shopping, so as to make consumers willing and intend to engage in online transactions (purchase intention) online store businesses need to build the trust of prospective consumers to shop in the online store. Therefore, it is relevant for online sellers to establish a trusted transaction process so that consumers place trust in those who can form purchase intentions. One of the factors influencing purchase intention is trust. This study aims to find out the relationship between consumer trust with purchase intention. Non-probability sampling is used with convenience sampling type with research samples as many as 200 respondents. The results showed a correlation coefficient value of 0.281** with a significance value of 0.000 ($p < 0.05$). From the data result, we can conclude that there is a relationship between consumer trust with purchase intention

Keywords: consumer trust, online shopping, purchase intention

KATA PENGANTAR

Rasa puji serta syukur peneliti ungkapkan kepada Tuhan yang Maha Esa, yang telah memberikan arah yang terbaik bagi peneliti untuk melakukan penelitian ini dan terselesaikannya skripsi ini untuk mendapatkan gelar Sarjana Psikologi. Ketika penyusunan skripsi ini banyak sekali kendala yang dialami secara langsung maupun tidak langsung, peneliti banyak memperoleh motivasi, arahan, bimbingan, serta saran-saran dari berbagai pihak. Maka dari itu, dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa dan dukungan.
2. Ibu Mira Sekar Arumi, M.Psi., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi dan dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan serta bimbingan dalam skripsi ini.
3. Bapak Andreas Corsini Widya Nugraha, S.Fil., M.A selaku dosen pembahas skripsi yang telah memberikan masukan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
4. Teman-teman seperjuangan selama kuliah terutama : Arhedyna Citra, Farida Novita, dan Riris Nurpajariyah.
5. Teman-teman yang selalu membuat “waras” : Ade Iriani, Dwi Ayu, dan Olivia Inger.
6. Teman-temanku yang selalu mendukung : Erika Samantha, Samsul Arifin, Daniswara Prayoga, dan Shifa Anurrindia.
7. Rafa Gustyana, diri saya sendiri. Terima kasih telah berjuang dan berusaha.

Kritik dan saran akan sangat diterima untuk kedepannya agar menjadi lebih baik lagi. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang memerlukan.

Bekasi, 23 Juli 2021

Rafa Gustyana

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Keaslian Penelitian	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 <i>Purchase Intention</i>	10
2.1.1 Definisi <i>Purchase Intention</i>	10
2.1.2 Dimensi <i>Purchase Intention</i>	11
2.1.3 Faktor <i>Purchase Intention</i>	12

2.2 Kepercayaan Konsumen.....	14
2.2.1 Definisi Kepercayaan Konsumen	14
2.2.2 Dimensi Kepercayaan Konsumen.....	15
2.3 Hubungan Antar Variabel	15
2.4 Hipotesis Penelitian.....	17
BAB III.....	18
METODE PENELITIAN	18
3.1 Tipe Penelitian.....	18
3.2 Identifikasi Variabel Penelitian	18
3.2.1 Dependen Variabel atau Variabel Terikat (Y).....	18
3.2.2 Independen Variabel atau Variabel Bebas (X)	18
3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian	19
3.3.1 Definisi <i>Purchase Intention</i>	19
3.3.2 Definisi Kepercayaan Konsumen	19
3.4 Populasi dan Sampel	19
3.4.1 Populasi.....	19
3.4.2 Sampel	19
3.5 Teknik Pengumpulan Data	21
3.5.1 Instrumen Penelitian	21
3.5.2 Skala <i>Purchase Intention</i>	22
3.5.3 Skala Kepercayaan Konsumen	23
3.6 Validitas dan Reliabilitas.....	24
3.6.1 Validitas	24
3.6.2 Reliabilitas	25
3.7 Hasil Uji Coba	25
3.7.1. Uji Validitas.....	25

3.7.2 Uji Reliabilitas	28
3.8 Analisis Data	29
BAB IV	31
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Ruang Lingkup Penelitian	31
4.2 Pelaksanaan Penelitian	31
4.2.1 Persiapan Penelitian.....	31
4.2.2 Pelaksanaan Penelitian.....	32
4.3 Hasil Penelitian.....	32
4.3.1 Uji Asumsi	32
4.3.2 Uji Kategorisasi	33
4.3.3 Uji Hipotesis	36
4.4 Pembahasan	37
BAB V.....	40
KESIMPULAN DAN SARAN	40
5.1 Kesimpulan.....	40
5.2 Saran	41
5.2.1 Saran Praktis	41
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pemberian skor pada skala likert	22
Tabel 3. 2 Blue Print <i>Purchase Intention</i>	22
Tabel 3. 3 Blue Print Kepercayaan Konsumen	23
Tabel 3. 4 Klasifikasi Indeks Daya Beda Item.....	24
Tabel 3. 5 Klasifikasi Indeks Skor Reliabilitas	25
Tabel 3. 6 Hasil Uji Coba Validitas Skala <i>Purchase Intention</i>	26
Tabel 3. 7 Hasil Uji Coba Validitas Skala Kepercayaan Konsumen	27
Tabel 3. 8 Hasil Uji Coba Realiabilitas Skala <i>Purchase Intention</i>	28
Tabel 3. 9 Hasil Uji Coba Reliabilitas Skala Kepercayaan Konsumen	29
Tabel 4. 1. Hasil Uji Asumsi.....	32
Tabel 4. 2 Deskripsi Statistik <i>Purchase Intention</i>	34
Tabel 4. 3 Kategorisasi <i>Purchase Intention</i>	34
Tabel 4. 4 Deskripsi Statistik Kepercayaan Konsumen	35
Tabel 4. 5 Kategorisasi Skor Kepercayaan Konsumen	36
Tabel 4. 6 Hasil Uji Korelasi <i>Spearman's rho</i>	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian17



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1- Kartu Bimbingan Skripsi.....	50
Lampiran 2- Butir Aitem Skala Sebelum Try Out.....	53
Lampiran 3 - Uji Validitas Skala Try Out.....	58
Lampiran 4 - Uji Reliabilitas Skala Try Out.....	61
Lampiran 5 - Kuesioner Penelitian	62
Lampiran 6 - Tabulasi Skala Penelitian	67
Lampiran 7 - Hasil Uji Asumsi	78
Lampiran 8 - Hasil Uji Hipotesis	79
Lampiran 9 - Kategorisasi Subjek Penelitian.....	79

