

SKRIPSI

**ANALISA PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN,
DAN PENDAPATAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
(Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika yang
Belanja Online di Tokopedia)**



Oleh :

LEONARDO AGUSTINUS SETIAWAN

16116004

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2019**

SKRIPSI

ANALISA PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN PENDAPATAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

**(Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika yang
Belanja Online di Tokopedia)**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Prasyarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH:

LEONARDO AGUSTINUS SETIAWAN

16116004

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

SURABAYA

2019



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Leonardo Agustinus Setiawan

NPM : 16116004

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif (Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika yang Belanja *Online* di Tokopedia).

Dosen Pendamping,
21 Januari 2020



(Dr. Maria Widyastuti, M.M.)

Mengetahui,
Ketua Program Studi
21 Januari 2020



(Lilik Indrawati, S.E., M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Leonardo Agustinus Setiawan dengan NPM 16116004

Telah Diuji pada 27/01/2020

Dinyatakan LULUS oleh:

Ketua Tim Penguji



(V. Ratna Inggawati, S.E., M.M)

Dekan Fakultas Ekonomi



(Thyophoida W.S.P., S.E., M.M)

Ketua Program Studi,



(Lilik Indrawati S.E., M.M)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**“ANALISA PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN,
DAN PENDAPATAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF”.**

Telah Diuji Dan Dipertahankan Dihadapan

Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Program Studi Manajemen Pemasaran

Pada Hari

Disusun Oleh:

Nama: Leonardo Agustinus Setiawan

NPM: 16116004

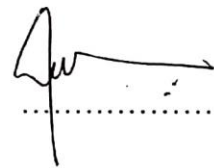
Fakultas: Ekonomi

Jurusan: Manajemen Pemasaran

Tim Penguji:

Nama

1. V. Ratna Inggawati, S.E., M.M



.....

2. Dr. Maria Widyastuti, M.M



.....

3. Thyophoida Wsp., S.E., M.M



.....

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Leonardo Agustinus Setiawan

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Alamat Asli : Kalikepiting 111 kav.27, Surabaya

No Identitas (KTP) : 3578101708980007

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal , working paper atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (Tugas Akhir) ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah saya memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggungjawab dan integritas.

Surabaya, 21 Januari 2020

Hormat Saya,

Leonardo Agustinus Setiawan



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika yang Belanja Online di Tokopedia)”** dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih derajat Sarjana Manajemen (S.M) program strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

Penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada pihak – pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini dalam mengatasi kendala-kendala yang ada selama penelitian, diantaranya kepada:

1. Dr. Yustinus Budi Hermanto, M.M selaku Rektor Universitas Darma Cendika Surabaya,
2. Thyophoida W.S.P S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi,
3. Lilik Indrawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi (Kaprodin) Manajemen,
4. Dr. Maria Widyastuti, M.M selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi serta mendampingi proses pembuatan skripsi dari awal hingga akhir,
5. Drs. Bruno Hami Pahar, M.M selaku Dosen wali yang telah mendampingi dan memberikan arahan perkuliahan selama 8 semester di Universitas Katolik Darma Cendika,
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi yang telah membantu dalam memberikan ilmu yang berguna dalam penyusunan skripsi penulis,
7. Keluarga penulis yang telah mendampingi, memberikan semangat dan dukungan kepada penulis,
8. Kepada sahabat-sahabat saya Agnes, Davin, Jesico, Leonardo Hendrawan, Yohanes, Mekel, Handre, Ferdinand, Amanda, Wurry,



Tommy, Kathleen, Felix, Shinta, Lia, yang telah memberikan semangat agar tidak patah semangat dalam penyusunan skripsi,

9. Teman-teman angkatan 2016 yang telah menemani hari-hari penulis selama 4 (empat) tahun perkuliahan,
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, semangat dan doa dalam menyelesaikan perkuliahan untuk mendapatkan gelar sarjana.

demikian dengan penyusunan skripsi ini memiliki kekurangan dimana kiranya pembaca dapat memberikan kritik dan saran guna memperoleh hasil yang lebih baik lagi. Dan kepada pihak – pihak peneliti selanjutnya kiranya dapat mengolah dan mendalami lagi variabel-variabel yang telah disebutkan oleh penulis. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Surabaya, 21 Januari 2020

Penulis



Daftar Isi

Kata Pengantar	i
Daftar Isi.....	iii
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar.....	viii
Abstrak.....	ix
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
Bab II Tinjauan Pustaka	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Kualitas Pelayanan.....	8
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	8
2.1.1.2 Hal yang Perlu Diperhatikan dalam Kualitas Pelayanan...	9
2.1.1.3 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.2 Kepercayaan.....	10
2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan	10
2.1.2.2 Dimensi Kepercayaan.....	12
2.1.2.3 Faktor yang mempengaruhi Kepercayaan kepada Toko Online.....	12
2.1.2.4 Indikator Kepercayaan.....	13
2.1.3 Perilaku Konsumtif	13
2.1.3.1 Pengertian Perilaku Konsumtif.....	13
2.1.3.2 Indikator Perilaku Konsumtif	14
2.1.4 Pendapatan	15



2.1.4.1 Pengertian Pendapatan.....	15
2.1.4.2 Indikator Pendapatan	17
2.1.5 Pengaruh Antar Variabel.....	17
2.1.5.1 Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Variabel Perilaku Konsumtif.....	17
2.1.5.2 Pengaruh Variabel Kepercayaan terhadap Perilaku Konsumtif	18
2.1.5.3 Pengaruh Variabel Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.2.1 Penelitian Terdahulu 1	19
2.2.2 Penelitian Terdahulu 2	20
2.2.3 Penelitian Terdahulu 3	22
2.2.4 Penelitian Terdahulu 4	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	24
2.4 Kerangka Konseptual	25
2.5 Hipotesis Penelitian.....	26
Bab III Metode Penelitian	28
3.1 Obyek Penelitian	28
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	28
3.2.1 Pendekatan Penelitian	28
3.2.2 Sumber Data.....	28
3.2.2.1 Data Primer.....	29
3.2.2.2 Data Sekunder	29
3.3 Variabel Penelitian	29
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.4.1 Kualitas Pelayanan.....	30
3.4.2 Kepercayaan.....	31
3.4.3 Pendapatan	31



3.4.4 Perilaku Konsumtif	31
3.5 Populasi dan Sampel	32
3.5.1 Populasi.....	32
3.5.2 Sampel.....	32
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data.....	33
3.6.1 Uji Validitas	34
3.6.2 Uji Reliabilitas	35
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.6.3.1 Uji Normalitas	35
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas	36
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas	37
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
3.6.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	38
3.6.6 Uji Hipotesis	40
3.6.6.1 Uji t.....	40
Bab IV Hasil Penelitian.....	42
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	42
4.1.1 Sejarah Singkat Online Shop Tokopedia	42
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	43
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	44
4.3 Analisis Data	45
4.3.1 Pengujian Validitas	45
4.3.2 Pengujian Reliabilitas	47
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	48
4.3.3.1 Uji Normalitas	48
4.3.3.2 Uji Multikoliniearitas	50
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas	51



4.3.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	52
4.3.4.1 Uji F	53
4.3.5 Uji Koefisien Determinasi	54
4.3.6 Uji Hipotesis	55
4.3.6.1 Uji – t	56
4.4 Pembahasan.....	59
Bab V Penutup	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	61
Daftar Pustaka	62
Lampiran	

Daftar Tabel

Tabel 3.1	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi	38
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Fakultas	43
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Kualiatas Pelayanan(X1)	43
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X2)	44
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan (X3).....	44
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y).....	45
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinieritas	48
Tabel 4.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4.11	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	53
Tabel 4.13	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	54





Daftar Gambar

Gambar 1.1 10 <i>E-commerce</i> dengan pengunjung terbesar kuartal III-2019 ..	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 2.2 Rerangka Konseptual	24
Gambar 4.1 Kurva Hasil Uji t Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	55
Gambar 4.2 Kurva Hasil Uji t Variabel Kepercayaan (X2)	56
Gambar 4.3 Kurva Hasil Uji t Variabel Pendapatan (X3)	57

ABSTRAK

Berkembangnya teknologi *digital* memberikan dampak positif dalam memudahkan berbagai macam kegiatan manusia, salah satunya adalah dengan melakukan pembelian secara *online* dimana konsumen tidak perlu bertatap muka secara langsung dengan penjual. Salah satu contoh toko *online* yang sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia dalam melakukan aktifitas belanja *online* adalah Tokopedia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif dengan studi kasus pada mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika yang Belanja *Online* di Tokopedia. Metode pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 75 responden yang merupakan mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika yang melakukan belanja *online* di Tokopedia. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *Spss* versi 17.0 dan seluruh *item* pernyataan yang dihasilkan dinyatakan valid dan reliabel. pada Uji t didapatkan hasil penelitian variabel Kualitas Pelayanan (X_1) = $t_{hitung} < t_{tabel}$ 1.993 dengan tingkat signifikan $0.825 > 0.05$ yang artinya Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, variabel Kepercayaan (X_2) = t_{hitung} 1.090 < t_{tabel} 1.993 dengan tingkat signifikan $0.279 > 0.05$ yang artinya Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, variabel Pendapatan (X_3) = t_{hitung} 1.229 < t_{tabel} 1.993 dengan tingkat signifikan $0.223 > 0.05$ yang artinya Pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku Konsumtif. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Pendapatan tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika yang belanja *Online* di Tokopedia.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Pendapatan, Mahasiswa*

Universitas Katolik Darma Cendika, Tokopedia, Spss versi 17.0



ABSTRACT

Development in digital technology give an positive impact in simplifying many human activity, one of it is online shopping. Where the customer don't need to meet the seller. One of the example is Tokopedia, an online shop database which used by most of Indonesian citizen to do online shopping. This study aims to determine the effect of service quality, trust, and income on consumptive behavior with study case on student of Catholic University Darma Cendika which do online shopping at Tokopedia. The sampling method is purposive sampling using questionnaires on 75 students of Catholic University Darma Cendika which do online shopping at Tokopedia. In this research we process the data using Spss version 17.0 and all statement item inside the data stated as valid and reliable. Researchers can conclude that Service Quality, Trust, and Income have no effect on Consumptive Behavior on students of Catholic University Darma Cendika which do online shopping at Tokopedia.

Keywords: *Service Quality, Trust, Income, Students of Catholic University Darma Cendika, Tokopedia, Spss version 17.0*

