

HALAMAN MOTTO

"Lebih baik memperbaiki keadaan yang ada daripada mencela keadaan yang ada."



HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT semesta alam yang telah memberikan rahmat, kesehatan, hidayat, rezeki, dan segala karunia yang telah terlimpah kepada penulis sehingga karya tulis ini dapat terselesaikan dengan baik. Karya tulis ini, penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, terimakasih atas semua kasih sayang, dukungan, motivasi serta do'a-doanya yang senantiasa selalu dipanjatkan demi keberhasilan dan kesuksesanku.
2. Bapak Dr.Gunarso Wiwoho S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
3. Saudara-saudara saya dengan penuh kesabaran dan kesetiaan selalu mendampingi dan memotivasi untuk semangat dan tersenyum dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Tidak lupa terimakasih kepada sahabat-sahabatku semua yang selalu mensupport terimakasih atas kesetiaan kalian baik suka maupun duka.
5. Semua responden yang telah memberikan waktunya dalam mengisi data kuesioner pendukung skripsi ini.Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.
6. Terima kasih kepada Universitas Putra Bangsa.

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Online Customer Review*, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Tokopedia di Kebumen. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* karena jumlah anggota populasi tidak diketahui, dan dengan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampelnya. Pada penelitian ini, yang dijadikan sampel yaitu pengguna Tokopedia pada Masyarakat Kabupaten Kebumen yang sudah melakukan keputusan pembelian dengan minimal dua kali pembelian. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas (uji glejser dan scatterplot), uji normalitas (P-Plot dan Kolmogorov), regresi linier berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji f), dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil hipotesis pertama bahwa *Perceived Ease Of Use* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia. Hasil hipotesis kedua bahwa *Online Customer Review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia. Hasil hipotesis ketiga bahwa Keamanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia. Sedangkan hipotesis keempat bahwa *Perceived Ease Of Use*, *Online Customer Review*, dan Keamanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,777 artinya keputusan pembelian yang dapat dijelaskan *Perceived Ease Of Use*, *Online Customer Review*, dan Keamanan dalam penelitian ini sebesar 77,7% sedangkan 22,3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Perceived Ease Of Use*, *Online Customer Review*, Keamanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of Perceived Ease of Use, Online Customer Review, and Security on Purchasing Decisions. The population in this study were Tokopedia application users in Kebumen. This study used a non-probability sampling technique because the number of population members was unknown, and with purposive sampling as the sampling technique. In this study, the sample was Tokopedia users in the Kebumen Regency Community who had made a purchase decision with a minimum of two purchases. The data analysis techniques used were validity test, reliability test, multiconemergency test, heteroscedasticity test (Glejser test and scatterplot), normality test (P-Plot and Kolmogorov), multiple linear regression, partial test (t test), simultaneous test (f test), and coefficient of determination. Based on the results of the first hypothesis that Perceived Ease of Use influences purchasing decisions on Tokopedia. The results of the second hypothesis that Online Customer Review influences purchasing decisions on Tokopedia. The results of the third hypothesis that Security influences purchasing decisions on Tokopedia. Meanwhile, the fourth hypothesis is that Perceived Ease of Use, Online Customer Reviews, and Security jointly influence purchasing decisions on Tokopedia. The coefficient of determination test results show an Adjusted R Square value of 0.777, meaning that 77.7% of the purchasing decisions can be explained by Perceived Ease of Use, Online Customer Reviews, and Security in this study, while 22.3% is influenced by variables not explained in this study.

Keywords: *Perceived Ease of Use, Online Customer Reviews, Security, Purchasing Decisions*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhamma SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, Aamiin.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi jenjang Sarsana Manajemen (S1), dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Manajemen Universitas Putra Bangsa (UPB) Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat di bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur dengan segenap kemampuan yang ada oleh penulis.

Tersusunya skripsi ini tidak terlepas dari peran semua pihak yang telah ikhlas dalam memberikan bantuan kepada penulis dari awal hingga selesai. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Almamater Universitas Putra Bangsa yang menjadi tempat penulis untuk menyelesaikan studi sarjana.
2. Bapak Dr.Gunarso Wiwoho S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

3. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan doa serta dukungannya sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini
4. Bapak/Ibu dosen beserta staf dan karyawan Universitas Putra Bangsa, khususnya Program Studi Manajemen yang telah banyak membantu penulis untuk dapat menyelesaikan studi.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan di dalam penulisan ini, untuk itu penulis tidak menutup diri akan kritik dan saran dari semua pihak. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini juga dapat membawa manfaat terutama bagi penulis, semua pihak yang membutuhkannya dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Kebumen, 24 Juni 2026



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Batasan Masalah.....	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
2.1. Tinjauan Teori	18
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	18
2.1.2. <i>Perceived Ease Of Use</i>	24
2.1.3. <i>Online Customer Review</i>	28

2.1.4.	Keamanan.....	34
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	39
2.3.	Hubungan Antar Variabel	50
2.3.1	Hubungan <i>Perceived Ease Of Use</i> Dengan Keputusan Pembelian....	50
2.3.2	Hubungan <i>Online Customer Review</i> Dengan Keputusan Pembelian.	50
2.3.3	Hubungan Keamanan Pengguna Dengan Keputusan Pembelian.....	51
2.4.	Model Empiris.....	52
2.5.	Hipotesis	53
BAB III METODE PENELITIAN.....		55
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	55
3.1.1	Objek Penelitian.....	55
3.1.2	Subjek Penelitian	55
3.2.	Variabel Penelitian	55
3.3.	Definisi Operasional Variabel	56
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	61
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data	62
3.5.1.	Jenis Data	62
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.6.	Populasi dan Sampel	65
3.6.1.	Populasi.....	65
3.6.2.	Sampel.....	65
3.7.	Teknik Analisis.....	67
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	67
3.7.2	Analisis Statistik	68
3.8.	Alat Analisi Data	68

3.8.1	Uji Instrumen	68
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	70
3.8.3	Regresi Linier Berganda	73
3.8.4	Uji Hipotesis	74
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		80
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	80
4.1.1.	Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	80
4.2.	Analisis Deskriptif	81
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	82
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	84
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	85
4.2.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	87
4.3.	Analisis Statistik	88
4.3.1.	Uji Instrumen	88
4.3.2.	Uji Asumsi Klasik	92
4.3.3.	Analisis Regresi Linear Berganda	97
4.3.4.	Uji Hipotesis	99
4.4.	Pembahasan	105
4.1.1.	Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> terhadap Keputusan Pembelian ..	105
4.1.2.	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian	106
4.1.3.	Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Pembelian	107
BAB V SIMPULAN		109
5.1.	Simpulan	109

5.2. Keterbatasan	110
5.3. Implikasi	111
5.3.1 Implikasi Praktis	111
5.3.2 Implikasi Teoritis	113
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN	120



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Hasil Observasi Keputusan Pembelian di Tokopedia	6
Tabel II-1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	47
Tabel III-1 Distribusi Indikator Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	58
Tabel III-2 Distribusi Indikator Variabel <i>Online Customer Reviews</i>	59
Tabel III-3 Distribusi Indikator Variabel Keamanan	60
Tabel III-4 Distribusi Indikator Variabel Keputusan Pembelian	61
Tabel III-5 Skor Jawaban Kuesioner Berdasarkan Skala Likert.....	64
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan	82
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	84
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	85
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	86
Tabel IV-5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	87
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	89
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas <i>Perceived Ease of Use</i>	90
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas <i>Online Customer Reviews</i>	90
Tabel IV-9 Hasil Uji Validitas Keamanan	91
Tabel IV-10 Hasil Uji Reliabilitas	92
Tabel IV-11 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov Test	94
Tabel IV-12 Hasil Uji Multikolineritas.....	96
Tabel IV-13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	98
Tabel IV-14 Hasil Uji Parsial.....	100
Tabel IV-15 Hasil Uji Simultan	103
Tabel IV-16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 Data Pengunjung Website E-Commerce Bulanan Terbanyak.....	4
Gambar II-1 Alur Proses Keputusan Pembelian	21
Gambar II-2 Model Empiris.....	53
Gambar IV-1 Hasil Uji P-Plot.....	93
Gambar IV-2 Hasil Scatterplot.....	97



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tautan Link Google Form

Lampiran 3 Rekapitulasi Data Responden

Lampiran 4 Tabulasi

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 10 Tabel t

Lampiran 11 Tabel r

Lampiran 12 Tabel F

Lampiran 13 Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 14 Kartu Seminar Proposal

