

**PENGARUH *STRUCTURAL ASSURANCE*, *PERCEIVED REPUTATION*,
DAN PRIVASI TERHADAP *TRUST* PENGGUNA INTERNET
DI SISTEM *MARKETPLACE SHOPEE***

SKRIPSI

Diajukan Sebagai salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana Strata 1



Diajukan oleh:

Nama : Iga Emilia

NIM : 52415021

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA MADIUN
Juli 2019**

**PENGARUH *STRUCTURAL ASSURANCE*, *PERCEIVED REPUTATION*,
DAN PRIVASI TERHADAP *TRUST* PENGGUNA INTERNET
DI SISTEM *MARKETPLACE SHOPEE***

SKRIPSI

Diajukan Sebagai salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana Strata 1



Diajukan oleh:

Nama : Iga Emilia

NIM : 52415021

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA MADIUN
Juli 2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

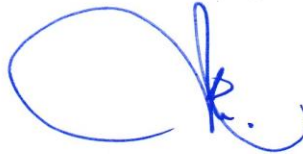
**PENGARUH *STRUCTURAL ASSURANCE*, *PERCEIVED REPUTATION*
DAN PRIVASI TERHADAP *TRUST* PENGGUNA INTERNET
DI SISTEM *MARKETPLACE SHOPEE***

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Iga Emilia (NIM: 52415021)

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun guna melengkapi sebagian
tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi

Madiun, 27 Juni 2019
Disetujui dan diterima baik oleh
Pembimbing



Mujilan, S.E., M.Sc.

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Mandala
Madiun



Sri Rustyaningsih, S.E., M.Si., Ak., CA.

Ketua Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Mandala
Madiun



Intan Immanuela, S.E., M.SA.

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

PENGARUH *STRUCTURAL ASSURANCE*, *PERCEIVED REPUTATION*, DAN PRIVASI TERHADAP *TRUST* PENGGUNA INTERNET DI SISTEM *MARKETPLACE SHOPEE*

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Iga Emilia (NIM: 52415021)

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun guna melengkapi sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi

Madiun, 17 Juli 2019

Disetujui dan diterima baik oleh

Tim Penguji Skripsi

1. Sri Rustiyaningsih, S.E., M.Si., Ak., CA.

Ketua



2. Theresia Purbandari, S.E., M.Sc.

Anggota



3. Mujilan, S.E., M.Sc.

Anggota



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul: “Pengaruh *structural assurance*, *perceived reputation* dan privasi terhadap *trust* pengguna internet di sistem *marketplace* Shopee” tidak memuat karya orang lain atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam daftar pustaka selayaknya karya ilmiah.

Jikalau ternyata terbukti hasil plagiasi, dengan sendirinya skripsi saya batal, dan saya bersedia gelar keserjanaan saya dicabut dan hak saya sebagai mahasiswa ditiadakan.

Madiun, 27 Juni 2019



Iga Emilia

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Barang siapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan itu adalah untuk dirinya sendiri” (Q.S Al Ankabut : 6)

“Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada keringanan. Karena itu bila kau sudah selesai (mengerjakan yang lain), dan berharap kepada Tuhanmu”

(Q.S Al Insyiroh : 5-6)

“Doa ibu menyelimuti setiap langkahku kemana aku pergi dimanapun aku ditempatkan aku bersama-sama dengan doanya” (Zarry Hendrik)

Penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta
2. Teman-temanku
3. Penyemangatku
4. Almamaterku

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh *structural assurance*, *perceived reputation*, dan privasi terhadap *trust* pengguna internet di sistem *marketplace* Shopee. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pengguna Shopee yang pernah melakukan transaksi. Jumlah sampel sebanyak 200 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling* dan *snowball sampling*. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 22. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *structural assurance*, *perceived reputation*, dan privasi berpengaruh positif signifikan terhadap *trust* pengguna *marketplace* Shopee.

Kata Kunci: *structural assurance*, *perceived reputation*, **privasi**, *trust*, *marketplace*.

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan anugerah-Nya, kekuatan dan pertolongan, sehingga penulis diberikan kesempatan dan kemampuan untuk menyelesaikan skripsi saya yang berjudul: Pengaruh *structural assurance*, *perceived reputation*, dan privasi terhadap *trust* pengguna internet di sistem *marketplace* Shopee.

Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat sebagai tugas akhir dalam menempuh studi Program Sarjana Ekonomi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.

Saya menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini selesai berkat bantuan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Sri Rustiyarningsih, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun yang telah memberi dukungan sehingga skripsi saya dapat terselesaikan dengan baik.
2. Intan Immanuela, SE, M. SA. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun yang telah memberi dukungan sehingga skripsi saya dapat terselesaikan dengan baik.
3. Mujilan, S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan serta dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Bapak dan Ibu Dosen serta staf Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir studi di Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
5. Orang tua dan keluarga besar tercinta yang telah memberikan doa, motivasi dan perhatiannya kepada saya. Semoga Tuhan selalu melimpahkan kasih-Nya seperti kasih sayang kepadaku selama ini.
6. Teman-teman Prodi Akuntansi angkatan 2015 terima kasih atas kebersamaannya selama ini persahabatan yang indah ini semoga sampai nanti kita dapat menjalin persahabatan.
7. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih untuk semuanya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Maka dengan segala kerendahan hati penulis mengharap saran dan kritik yang membangun guna penyempurnaan penulis. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai informasi bagi semua yang membutuhkan.

Madiun, 27 Juni 2019

Iga Emilia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan Laporan Skripsi	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	7
A. Telaah Teori dan Pengembangan Hipotesis	7
1. Pengertian Internet.....	7
2. Pengertian <i>E-commerce</i>	8
3. Pengertian <i>Marketplace</i>	10
4. Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>).....	12
5. <i>Trust</i> dalam <i>Marketplace</i>	13
6. Pengaruh <i>Structural Assurance</i> terhadap <i>Trust</i> Pengguna <i>Marketplace</i> Shopee.....	14
7. Pengaruh <i>Perceived Reputation</i> terhadap <i>Trust</i> Pengguna <i>Marketplace</i> Shopee.....	15
8. Pengaruh Privasi terhadap <i>Trust</i> Pengguna <i>Marketplace</i> Shopee.....	16
B. Kerangka Konseptual dan Model Penelitian.....	17
BAB III. METODA PENELITIAN.....	19
A. Desain Penelitian.....	19
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	19
C. Variabel Penelitian, Definisi Operasional Variabel, dan Pengukuran Variabel.....	20
1. Variabel Penelitian.....	20
2. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel.....	20
a. Variabel Independen.....	20
b. Variabel Dependen: <i>Trust</i> (Y).....	21
D. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22
E. Data dan Prosedur Pengumpulan Data.....	22

F. Teknik Analisis Data.....	22
1. Uji Statistik Deskriptif.....	23
2. Uji Kualitas Data.....	23
a. Uji Validitas.....	23
b. Uji Realiabilitas.....	24
3. Uji Asumsi Klasik.....	25
a. Uji Normalitas.....	25
b. Uji Multikolonieritas.....	25
c. Uji Heteroskedastisitas.....	26
d. Uji Autokorelasi.....	27
4. Uji Hipotesis.....	28
a. Persamaan Regresi.....	28
b. Koefisien Determinasi (R^2).....	28
c. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t).....	29
d. Uji Signifikansi Simulasi (Uji Statistik F).....	29
BAB IV. ANALISI DATA dan PEMBAHASAN.....	31
A. Data Penelitian.....	31
1. Pengiriman dan Pengambilan Kuesioner.....	31
2. Gambaran Umum Responden.....	31
B. Hasil Penelitian.....	35
1. Uji Statistik Deskriptif.....	35
2. Uji Kualitas Data.....	37
a. Uji Validitas.....	37
b. Uji Realiabilitas.....	39
3. Uji Asumsi Klasik.....	40
a. Uji Normalitas.....	40
b. Uji Multikolonieritas.....	41
c. Uji Heteroskedastisitas.....	42
d. Uji Autokorelasi.....	43
4. Uji Hipotesis.....	44
a. Persamaan Regresi.....	44
b. Koefisien Determinasi (R^2).....	45
c. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t).....	46
d. Uji Signifikansi Simulasi (Uji Statistik F).....	47
C. Pembahasan.....	47
1. H1: <i>structural assurance</i> berpengaruh positif terhadap <i>trust</i> pengguna <i>marketplace</i> Shopee.....	47
2. H2: <i>perceived reputation</i> berpengaruh positif terhadap <i>trust</i> pengguna <i>marketplace</i> Shopee.....	48
3. H3: privasi berpengaruh positif terhadap <i>trust</i> pengguna <i>marketplace</i> Shopee.....	49
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
A. Kesimpulan.....	51
B. Keterbatasan.....	52
C. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	17
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	40
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	42

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pengambilan Keputusan Ada Atau Tidaknya Autolorelasi.....	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	32
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin	32
Tabel 4.3 Karakteristik Reaponden Berdasarkan Pendidikan.....	33
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	33
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Transaksi.....	34
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Transaksi.....	34
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Metode Pembayaran.....	35
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	36
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas <i>Structural Assurance</i> (X1).....	37
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas <i>Perceived reputation</i> (X2).....	38
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Privasi (X3).....	38
Tabel 4.12 Hasil uji Validitas <i>Trust</i> (Y).....	39
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4.14 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov.....	41
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolonieritas.....	41
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi.....	43
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	44
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determiasi (R^2).....	46
Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Instrumen dan Indikator Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Jawaban Responden
- Lampiran 4 Uji Deskriptif
- Lampiran 5 Uji Validitas
- Lampiran 6 Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 Uji Regresi