

**PENGARUH KEAMANAN, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN
PENGUNAAN, DAN PRIVASI TERHADAP NIAT BELI ULANG
DIMEDIASI OLEH KEPUASAN ELEKTRONIK**

***THE INFLUENCE OF SECURITY, TRUST, EASY OF USE, AND PRIVACY
ON REPURCHASE INTENTIONS MEDIATED BY ELECTRONIC
SATISFACTION***



DISUSUN OLEH:

FAZA SYAUQI IMTIHANI

20180410437

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2024

**PENGARUH KEAMANAN, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
DAN PRIVASI TERHADAP NIAT BELI ULANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN
ELEKTRONIK**

***THE INFLUENCE OF SECURITY, TRUST, EASY OF USE, AND PRIVACY ON
REPURCHASE INTENTIONS MEDIATED BY ELECTRONIC SATISFACTION***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas
Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



DISUSUN OLEH:

FAZA SYAUQI IMTIHANI

20180410437

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2024

PERNYATAAN

Dengan ini saya

Nama : Faza Syauqi Imtihani

NIM : 201804103437

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Kampus : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Skripsi : **PENGARUH KEAMANAN, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN
PENGUNAAN, DAN PRIVASI TERHADAP NIAT BELI ULANG DIMEDIASI
OLEH KEPUASAN ELEKTRONIK**

Menyatakan bahwa tidak pernah ada karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis ataupun diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis telah diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 24 Oktober 2024



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Faza Syauqi Imtihani', is written over the banknote.

FAZA SYAUQI IMTIHANI

NIM 201804103437

HALAMAN PERSEMBAHAN

Rasa syukur diucapkan kepada Allah Yang Maha Esa yang sudah memberikan kelancaran dalam proses penyusunan dan penelitian skripsi. Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua, Abdullah Mahfuzh T.H.S dan Sri Suparwati yang telah membesarkan saya dan memberikan semangat kepada saya.
2. Keluarga MSC yang selalu dorongan baik dan memberikan bimbingan mengenai kehidupan. Terimakasih karena setiap saat sudah membantu saya menghadapi kehidupan dan kemudahan atas berbagai masalah yang ada. Semoga kita semua diberkati oleh Tuhan Yang Maha Mulia
3. Program Studi Manajemen sebagai tempat dan bertemunya dengan dosen dan teman yang membantu peneliti sebagai mahasiswa. Peneliti mendapat banyak sekali ilmu yang bersifat duniawi dan akhirat yang insyaallah bermanfaat sebagai bekal untuk menjalani kehidupan yang dinamis ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat-Nya sehingga skripsi ini dapat tersusun sampai dengan selesai. Penulisan skripsi dengan judul “PENGARUH KEAMANAN, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN PRIVASI TERHADAP NIAT BELI ULANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN ELEKTRONIK” tentunya tidak lepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Peneliti mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bapak Prof. Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA yang sudah memberikan kemudahan terhadap penulis dalam menyelesaikan masa studi.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, S.E., M.Si sebagai Kepala Program Studi Manajemen FEB UMY
3. Dosen pembimbing skripsi Dr. Nuryakin,SE., M.M yang memberikan bimbingan dan ilmu selama masa penyelesaian skripsi.

Peneliti menyadari bahwa selama penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Maka dari itu apabila terdapat kritik dan saran dalam penulisan skripsi akan sangat berterimakasih dan menjadikannya bahan untuk lebih baik lagi.

Yogyakarta, 4 April 2022



FAZA SYAUQI IMTIHANI

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	iii
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Teori Utama	12
B. Keamanan	14
C. Kepercayaan.....	18
D. Kemudahan Penggunaan.....	21
E. Privasi	23
F. Kepuasan Elektronik.....	25
G. Niat Beli Ulang	29
H. Hubungan Antarvariabel dalam Penelitian	31
1. Pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan Elektronik.....	31
2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Elektronik	33
3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Elektronik	35
4. Pengaruh Privasi terhadap Kepuasan Elektronik.....	37
5. Pengaruh Keamanan terhadap Niat Beli Ulang	39
6. Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Beli Ulang	41
7. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Beli Ulang	44
8. Pengaruh Privasi terhadap Niat Beli Ulang	47
9. Pengaruh Kepuasan Elektronik terhadap Niat Beli Ulang.....	49
10. Pengaruh Kepuasan Elektronik Memediasi Hubungan Antara Keamanan dan Niat Beli Ulang	52

11. Pengaruh Kepuasan Elektronik Memediasi Hubungan Antara Kepercayaan dan Niat Beli Ulang	54
12. Pengaruh Kepuasan Elektronik Memediasi Hubungan Antara Kemudahan Penggunaan dan Niat Beli Ulang	57
13. Pengaruh Kepuasan Elektronik Memediasi Hubungan Antara Privasi dan Niat Beli Ulang 60	
I. Model Penelitian	62
BAB III	64
METODE PENELITIAN.....	64
A. Pendekatan Penelitian	64
B. Objek dan Subjek Penelitian.....	64
C. Populasi, Sampel, dan Metode Penyampelan Penelitian	65
D. Teknik Pengambilan Data.....	66
E. Jenis Data	68
F. Identifikasi Variabel.....	68
G. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	69
H. Uji Kualitas Instrumen.....	72
I. Analisa Data dan Uji Hipotesis	73
BAB IV	77
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	77
A. Gambaran Objek dan Subjek Penelitian.....	77
B. Hasil Uji Instrumen.....	81
C. Pembahasan.....	95
BAB V	105
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELTIAN, DAN SARAN/IMPLIKASI KEBIJAKAN	105
A. Kesimpulan	105
B. Keterbatasan Penelitian.....	106
C. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN.....	115
Lampiran 1 Kuesinoner Penelitian	115
Lampiran 2 Pengaruh Langsung	134
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	137
Lampiran 4 Hasil Uji Realiabilitas.....	139
Lampiran 5 Hasil Uji Goodnes of Fit.....	139

DAFTAR TABEL

Tabel 1 <i>Marketplace</i> pengunjung	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	67
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	69
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis.....	79
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	79
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan.....	80
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	81
Tabel 4. 5 Uji Validitas Keamanan.....	82
Tabel 4. 6 Uji Validitas Kepercayaan	83
Tabel 4. 7 Uji Validitas Kemudahan Penggunaan	83
Tabel 4. 8 Uji Validitas Privasi.....	84
Tabel 4. 9 Uji Validitas Kepuasan Elektronik	84
Tabel 4. 10 Uji Validitas Niat Beli Ulang.....	85
Tabel 4. 11 Hasil Uji Realibilitas.....	86
Tabel 4. 12 Hasil Uji Goodnes Of Fit	86
Tabel 4. 13 Model Regression	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Kerangka Penelitian.....	63
Gambar 4. 1 Gambar Model	89