

**PENGARUH *TRUST INCLINATION* DAN *INFORMATION ADOPTION*  
TERHADAP *PURCHASE INTENTION USER* TOKOPEDIA DI KOTA  
SAMARINDA**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

**Intan Permata Sari**

**1811102431107**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR  
JULI 2022**

**Pengaruh *Trust Inclination* Dan *Information Adoption* Terhadap *Purchase Intention User* Tokopedia Di Kota Samarinda**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

**Intan Permata Sari**

**1811102431107**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR  
JULI 2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH *TRUST INCLINATION* DAN *INFORMATION ADOPTION***  
**TERHADAP *PURCHASE INTENTION* USER TOKOPEDIA DI KOTA**  
**SAMARINDA**

Oleh  
**Intan Permata Sari**  
**1811102431107**

**Samarinda, 14 Juni 2022**

Telah disetujui oleh:  
Pembimbing.



**Marsha Anindita, SE., M.S.M**  
**NIDN : 1114099102**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *TRUST INCLINATION* DAN *INFORMATION ADOPTION*  
TERHADAP *PURCHASE INTENTION USER* TOKOPEDIA DI KOTA  
SAMARINDA**

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : Intan Permata Sari

Nim : 1811102431107

Program Studi : S1 Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 08 Juli 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Susunan Penguji:

Penguji I : Dewi Sartika, S.ST., MM  
NIDN. 1124129401

(  )

Penguji II : Marsha Anindita, S.E., M.S.M  
NIDN. 1114099102

(  )

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik



Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph. D  
NIDN. 0605056501

Ketua

Program Studi Manajemen



Hawan Sasika, S.E., M.Si., Ph. D  
NIDN. 0620107201

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Intan Permata Sari

NIM : 1811102431107

Program Studi : Manajemen

Surel : intanpermata6667@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarims*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Samarinda, 26-10-2022

Yang Membuat Pernyataan,



*[Handwritten Signature]*  
Intan Permata Sari

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh signifikan antara *Trust Inclination* dan *Information Adoption* terhadap *Purchase Intention* pada pengguna Tokopedia di Kota Samarinda. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 161 responden. Kriteria responden yang dapat berpartisipasi pada penelitian ini adalah responden yang pernah melakukan minimal dua kali bertransaksi di aplikasi Tokopedia. Teknik dalam memilih sampel penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Lalu data dikumpulkan kemudian akan dianalisis menggunakan bantuan Software IBM Statistik SPSS 25.

Hasil Penelitian ini membuktikan bahwa *Trust Inclination* dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*, *Information Adoption* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*.

**Kata Kunci** : *E-wom*, *Information Adoption*, *Purchase Intention*, *Trust Inclination*

## **ABSTRACT**

*This study aims to explain the significant influence between Trust Inclination and Information Adoption on Purchase Intention of Tokopedia users in Samarinda City. The method in this study uses a survey method with a quantitative approach. The research instrument used a questionnaire given to 161 respondents. The criteria for respondents who can participate in this study are respondents who have made at least two transactions on the Tokopedia application. The technique in selecting the research sample uses purposive sampling technique. Then the data collected will then be analyzed using the help of IBM Statistics Software SPSS 25.*

*The results of this study prove that Trust Inclination has a positive and significant effect on Purchase Intention, Information Adoption has a positive and significant effect on Purchase Intention.*

**Keywords:** *E-wom, Information Adoption, Purchase Intention, Trust Inclination*

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Puji Syukur yang teramat dalam saya haturkan ke hadirat tuhan yang maha segala, atas percikan kasih, hidayat, dan taufiq-Nya sehingga Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Trust Inclination* dan *Information Adoption* Terhadap *Purchase IntentionUser* Tokopedia”** ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan. Teriring do’a sholawat semoga senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad SAW., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti.

Dan semoga tumpahan do’a sholawat menetas kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada’, para mushonnifin, para ulama’, dan seluruh umatnya yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan proposal ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H Bambang Setiaji, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
2. Bapak Drs. Farid Wajdi, M.M., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Hukum, Politik dan Psikologi Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
3. Bapak Ihwan Susila, SE., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
4. Ibu Marsha Anindita, S.E, M.S.M selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Rekan-rekan penulis dan pihak yang mendukung, membantu pelaksanaan penelitian yang sayatidak bisa sebutkan satu-persatu dikarenakan banyak sekali yang telah membantu penelitian saya.
6. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada Orang Tua, dan Suami saya tercinta Fella Abdullah, S.K.M, dan Sahabat-sahabat saya yang telah mendukung penulis sehingga mampu mencapai tahap akhir untuk menyelesaikan studi S1 Manajemen di Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.



Kepada mereka semua, hanya ungkapan terimakasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. *Amin.*

Akhirnya dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terimakasih.

*Billahittaufiq Wal Hidayah.*

Samarinda, 05 April 2022

Penulis



Intan Permata Sari

NIM. 1811102431107

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....	11
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	11
B. Teori dan Kajian Pustaka.....	14
1. Manajemen pemasaran.....	14
2. Perilaku Konsumen.....	15
3. Model pengambilan keputusan.....	16
4. <i>Electronic Word-of-Mouth</i> .....	18
5. <i>Trust Inclination</i> (Kecenderungan Kepercayaan).....	19
6. <i>Information Adoption</i> (Adopsi informasi).....	20
7. <i>Purchase Intention</i> (Niat beli).....	21
C. Kerangka konseptual.....	22
D. Perumusan Hipotesis.....	22
1. Pengaruh <i>Trust Inclination</i> terhadap <i>Purchase intention</i> .....	23
2. Pengaruh <i>Information Adoption</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Lokasi Penelitian.....	25
B. Jenis Penelitian.....	25
C. Populasi dan Teknik Penentuan Sampel.....	26
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	26

E. Jenis Sumber Data .....	29
F. Teknik Pengumpulan Data .....	29
G. Teknis Analisi Data .....	30
<b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	38
B. Deskripsi Data .....	38
C. Deskripsi Variabel Penelitian .....	39
D. Analisi Data .....	46
E. Pembahasan .....	56
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan .....	60
B. Keterbatasan .....	61
C. Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Pengguna Internet Didunia.....	6
Gambar 1. 3 Website Yang Banyak Dikunjungi Orang di Indonesia Tahun 2022.	7
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	22
Gambar 3. 2 Model Penelitian Penulis.....	28
Gambar 4. 1 Kurva Normal P-P Plot.....	49
Gambar 4. 2 Grafik Scatterplot Heteroskedastisitas.....	50

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran.....	27
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	28
Tabel 3. 3 Skala Likert.....	30
Tabel 3. 4 Interval Koefisien.....	37
Tabel 4. 1 Screening Question.....	39
Tabel 4. 2 Platform Belanja Tokopedia Dapat Diandalkan.....	41
Tabel 4. 3 Platform Tokopedia dapat dipercaya.....	41
Tabel 4. 4 Siapapun yang Bertransaksi di Tokopedia akan Menghadapi Masalah42	
Tabel 4. 5 Siapapun yang Bertransaksi di Tokopedia akan Menghadapi Masalah43	
Tabel 4. 6 Saya Setuju Dengan Pendapat Yang Disarankan Mengenai Produk Yang Ada Di Platform Tokopedia.....	43
Tabel 4. 7 Kemungkinan Besar Saya Akan Membeli Produk Di Tokopedia.....	44
Tabel 4. 8 Ketika Membutuhkan Suatu Produk, Saya Akan Membelinya Di Tokopedia.....	45
Tabel 4. 9 Saya Pasti Akan Mencoba Produk Yang Dijual Di Tokopedia.....	45
Tabel 4. 10 Saya Akan Merekomendasikan Tokopedia Kepada Teman-Teman Saya.....	46
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas.....	47
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	51
Tabel 4. 13 Hasil Uji Linearitas.....	51
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4. 15 Hasil Uji T.....	54
Tabel 4. 16 Hasil Uji Determinasi.....	55

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	67
LAMPIRAN 2 HASIL UJI VALIDITAS & RELIABILITAS.....	69
LAMPIRAN 3 UJI ASUMSI KLASIK.....	70
LAMPIRAN 4 REGRESI LINIER BERGANDA.....	73
LAMPIRAN 5 PENGUJI HIPOTESIS.....	74