

**PERAN KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
*MARKETPLACE SHOPEE***

TESIS



**PROGRAM STUDI S2 ILMU MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
2025**

**PERAN KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
*MARKETPLACE SHOPEE***

TESIS

Diajukan kepada

**Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Magister Manajemen
Program Studi S2 Ilmu Manajemen**

Oleh :

IDA AYU HITA WIDYASANTI

NIM 2329131030



**PROGRAM STUDI S2 ILMU MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis oleh Ida Ayu Hita Widyasanti ini telah diperiksa dan disetujui untuk memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen.

Singaraja, 25 Juli 2025

Pembimbing I



Prof. Putu Indah Rahmawati, SST.Par., M.Bus., Ph.D.
NIP 198002172002122001

Pembimbing II



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawati, S.E., M.Si.
NIP 197611102014042001

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Tesis oleh Ida Ayu Hita Widyasanti ini telah dipertahankan di depan tim penguji dan dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen di Program Studi Ilmu Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha.

Disetujui pada tanggal :

Oleh
Tim Penguji

Ketua
Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, M.Si.
NIP. 197611102014042001

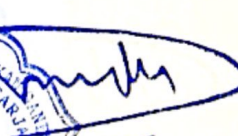
Anggota
Prof. Putu Indah Rahmawati, SST.Par., M.Bus., Ph.D.
NIP. 198002172002122001

Anggota
Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, M.Si.
NIP. 197611102014042001

Anggota
Dr. Made Ary Metriana, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198005032006042003

Anggota
Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001

Mengetahui
Direktur Program Pascasarjana Undiksha,


Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd
NIP. 195910101986031003
DIREKTUR

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen dari Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri. Bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dan sesuai dengan norma, kaidah, serta etika akademis.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Singaraja, 25 Juli 2025
Yang memberi pernyataan,



Ida Ayu Hita Widyasanti

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugrahNya, sehingga tesis yang berjudul: **“Peran Kepercayaan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee”**, dapat diselesaikan sesuai dengan yang direncanakan.

Tesis ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha pada Program Studi Ilmu Manajemen. terselesaikannya tesis ini telah banyak memperoleh uluran tangan dari berbagai pihak. Untuk itu, ijin penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada pihak-pihak berikut :

1. Rektor Universitas Pendidikan Ganesha, yang telah memberikan bantuan secara moral dan memfasilitasi berbagai kepentingan penulis dalam menyelesaikan tesis ini;
2. Prof. Putu Indah Rahmawati, M.Bis., Ph.D. , sebagai pembimbing I yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan motivasi yang demikian bermakna, sehingga penulis mampu melewati berbagai hambatan dalam perjalanan studi dan penyelesaian tesis ini;
3. Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawati, S.E., M.Si. , sebagai pembimbing II, yang dengan gaya dan pola komunikasi yang khas, telah melecut semangat, motivasi, dan harapan penulis selama penelitian dan penulisan naskah laporan tesis ini, sehingga tesis ini dapat terwujud dengan baik sesuai harapan;
4. Dr. Made Ary Metriana, S.Pd., M.Pd. dan Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. sebagai penguji yang telah banyak memberikan masukan-masukan yang bermanfaat untuk penyempurnaan tesis ini;
5. Bapak dan Ibu Dosen di Prodi S2 Ilmu Manajemen yang selalu memberikan bimbingan dan motivasi selama penulis belajar di Prodi S2 Ilmu Manajemen.

6. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah membantu dan memberikan kemudahan dalam proses peminjaman buku yang dibutuhkan selama penyusunan tesis.
7. Direktur Pascasarjana Undiksha dan staf, yang telah banyak membantu selama penulis menyelesaikan tesis ini;
8. Kepada Bapak, Ibu dan kakak saya tersayang serta keluarga saya yang selalu memberikan dan telah banyak membantu secara material dan moral selama penyelesaian tesis ini;
9. Rekan-rekan seangkatan di Program Studi Ilmu Manajemen yang dengan karakternya masing-masing telah banyak berkontribusi membentuk kedirian penulis selama menjalani studi dan penyelesaian tesis ini.

Semoga semua bantuan yang telah mereka berikan dalam menyelesaikan studi ini, mereka diberkati imbalan yang sepadan oleh Tuhan Yang Maha Esa, kesehatan, dan keharmonian dalam menjalani kehidupan.

Penulis menyadari bahwa tesis ini belum sempurna. Namun, kehadirannya dalam konstelasi masyarakat akademis akan menambah perbendaharaan ilmu dalam perkembangan ilmu pengetahuan. Semoga tesis ini bermanfaat bagi masyarakat akademis serta berguna dalam rangka meningkatkan ilmu oleh para pembaca.

Singaraja,

2025

Penulis

DAFTAR ISI

TESIS	i
COVER DALAM TESIS.....	i
SAMPUL PERSYARATAN GELAR MAGISTER.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
PRAKATA	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	11
1.3. Pembatasan Masalah	12
1.4. Rumusan Masalah	12
1.5. Tujuan Penelitian.....	13
1.6. Manfaat Penelitian.....	13
1.7. Penjelasan Istilah.....	14
1.8. Asumsi Penelitian.....	15
1.9. Rencana Publikasi	15
BAB II KAJIAN TEORI	17
2.1 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	18
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	19
2.2 Kualitas Produk	20
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	20
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	21

2.2.3	Indikator Kualitas Produk.....	23
2.3	Kemudahan Penggunaan	24
2.3.1	Pengertian Kemudahan Penggunaan	24
2.3.2	Faktor-Faktor Kemudahan.....	25
2.3.3	Indikator Kemudahan	26
2.4	Kepercayaan	27
2.4.1	Pengertian Kepercayaan	27
2.4.2	Faktor-Faktor Kepercayaan	28
2.4.3	Indikator Kepercayaan.....	28
2.5	Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	29
2.6	Variabel	37
2.6.1	Hubungan Antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	37
2.6.2	Hubungan Antara Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian	38
2.6.3	Hubungan Antara Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	39
2.6.4	Hubungan Antara Kualitas Produk terhadap Kepercayaan	40
2.6.5	Hubungan Antara Kemudahan Penggunaan terhadap Kepercayaan	41
2.7	Kerangka Berpikir.....	43
2.8	Hipotesis Penelitian.....	44
BAB III	METODE PENELITIAN	45
3.1	Jenis Penelitian	45
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	45
3.2.1	Populasi Penelitian.....	45
3.2.2	Sampel Penelitian	46
3.3	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	47
3.3.1	Lokasi Penelitian	47
3.3.2	Waktu Penelitian.....	47
3.4	Prosedur Penelitian.....	47

3.5	Variabel Penelitian	48
3.6	Teknik Pengumpulan Data	49
3.7	Instrumen Penelitian.....	50
3.8	Metode Analisis Data	50
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1	Distribusi Kuisioner Penelitian	59
4.2	Hasil Uji Instrumen Penelitian	60
4.2.1	Hasil Uji Validitas	60
4.2.2	Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	61
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	62
4.3.1	Kualitas produk.....	63
4.3.2	Kemudahan penggunaan.....	64
4.3.3	Kepercayaan	65
4.3.4	Keputusan pembelian.....	66
4.4	Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	67
4.4.1	Evaluasi model pengukuran atau <i>outer model</i>	67
4.4.2	Evaluasi model struktural atau <i>inner model</i>	70
4.5	Hasil pengujian hipotesis	74
4.5.1	Hasil Uji Pengaruh Langsung Antar Variabel	74
4.5.2	Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (Pemeriksaan Variabel Mediasi)	77
4.5.3	Pemeriksaan Variabel Mediasi	78
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	82
4.6.1	Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian..	82
4.6.2	Pengaruh Kemudahan penggunaan Terhadap Keputusan pembelian	84
4.6.3	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan pembelian ...	85
4.6.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan	87
4.6.5	Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan..	88
4.6.6	Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas produk Terhadap Keputusan pembelian	90

4.6.7 Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan pembelian.....	91
4.7 Implikasi Penelitian.....	91
BAB V PENUTUP	94
5.1 Simpulan	94
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	99



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Berdasarkan Usia Pengunjung Shopee Error! Bookmark not defined.	
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	48
Tabel 3.2	Penilaian Skala Likert	50
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	60
Tabel 4.3	Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	61
Tabel 4.4	Rangkuman Interval Skor Variabel Penelitian.....	62
Tabel 4.5	Deskripsi penilaian terhadap variabel kualitas produk	63
Tabel 4.6	Deskripsi penilaian terhadap variabel kemudahan penggunaan	64
Tabel 4.7	Deskripsi penilaian terhadap variabel kepercayaan	65
Tabel 4.8	Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Variabel Keputusan pembelian	66
Tabel 4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	67
Tabel 4.10	Hasil Discriminant Validity	68
Tabel 4.11	Hasil Penelitian Reliabilitas Instrumen.....	70
Tabel 4.12	Nilai <i>R-square</i> Variabel Terikat.....	71
Tabel 4.13	Hasil Uji Q-Square.....	72
Tabel 4.14	Hasil Uji F-Square.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Negara dengan Pertumbuhan E-commerce Tercepat di Dunia	2
Gambar 1.2 Peta Persaingan <i>E-Commerce</i> Indonesia pada Kuartal II-2020	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	43
Gambar 3.1 Tahapan Prosedur Penelitian.....	48
Gambar 3.2 Model Struktural PLS	53
Gambar 4.1 Model Empiris Pengaruh Langsung.....	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabulasi Variabel Penelitian.....	99
Lampiran 2 Tabulasi Variabel Penelitian.....	102
Lampiran 3 Hasil Uji Frekuensi Data Responden.....	106
Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen Penelitian : Uji Validitas.....	108
Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen Penelitian : Uji Reliabilitas	111
Lampiran 6 Hasil Uji Statistik Deskriptif	115
Lampiran 7 Hasil Uji PLS Algorithm.....	120
Lampiran 8 Hasil Uji PLS Bootstrapping	127

