



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

Pengaruh Customer Experience, Shopping Orientation dan Online Trust Terhadap Niat Membeli Secara Online di Fashion Rumah Tas dan Sepatu Sidoarjo

Inne Dwi Prestiana
151500010

Dosen Pembimbing
Fachrudiy Asj'ari, Dr., MM S.Psi
Siti Samsiyah, S.E., M.M

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
2019**

**Pengaruh *Customer Experience, Shopping Orientation* dan
Online Trust Terhadap Niat Membeli secara *Online* di
Fashion Rumah Tas dan Sepatu Sidoarjo**

SKRIPSI

Dianjurkan untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (SM) Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Inne Dwi Prestiana
Nim : 151500010

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Tanggal : 11 April 2019

Dosen Pembimbing I,



(Fachrudiy Asj'ari, Dr., MM., S.Psi)
NIP/NPP : 1202612/DY

Dosen Pembimbing II,



(Siti Samsiyah, SE., MM)
NIP/NPP : 1511749/DY

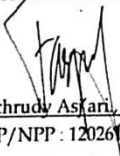
HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Pengaruh Customer Experience, Shopping Orientation dan Online Trust Terhadap Niat Membeli secara Online di Fashion Rumah Tas dan Sepatu Sidoarjo*

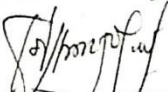
Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Inne Dwi Prestiana
- b. NIM : 151500010
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
- e. Alamat e-mail : innedwi003@gmail.com

Mengetahui,
Dosen Pembimbing I,


Fachrudin Asfari, Dr., MM., S.Psi
NIP/NPP : 1202612/DY

Surabaya, 09 Mei 2019
Dosen Pembimbing II,



Siti Samsiyah, SE., MM
NIP/NPP : 1511749/DY

Menyetujui,


Dekan Fakultas Ekonomi,

Drs. Siti Istikhoroh, M.Si
NIP : 196710191992032001

Ketua Program Studi,


Tony Susilo W, S.E., M.Pd., MSM
NPP : 0709494/DY

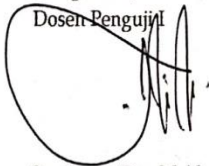
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Pada Hari : Minggu
Tanggal : 28 April
Tahun : 2019

Mengetahui,

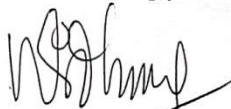
Dosen Penguji I



Sugijanto, Drs, M.Ak

NPP: 0501487/DY

Dosen Penguji II



Widhayani Puri S., S.Sos., SE, MSM

NPP: 1507733/ DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Inne Dwi Prestiana

NIM : 151500010

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana
Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul : "Pengaruh *Customer Experience, Shopping Orientation* dan *Online Trust* Terhadap Niat Membeli secara *Online* di *Fashion* Rumah Tas dan Sepatu Sidoarjo" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik (2018-2019) bersifat original.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 11 April 2019

Mahasiswa,



Inne Dwi Prestiana

NIM : 151500010

KATA PENGANTAR

AlhamdulillahRobbil'alamiin segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul "*Pengaruh Customer Experience, Shopping Orientation dan Online Trust Terhadap Niat Membeli Secara Online Di Fashion Rumah Tas dan Sepatu Sidoarjo*", dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Drs. Djoko Adi Walujo, S.T., M.M., DBA. selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Dra. Siti Istikhoroh, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Fachrudiy Asj'ari., Dr., MM., S.Psi dosen pembimbing 1 selaku dosen pendamping penulisan skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi.
5. Siti Samsiyah, SE.,MM dosen pembimbing 2 selaku dosen pendamping penulisan skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi.
6. Bapak/Ibu dosen pengajar Program Studi S1 Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan.
7. Istifaril Laily Hidayah dan Abdul Rahman Nur Fazri selaku pemilik toko yang telah membantu penulis.
8. Kedua orang tuaku yaitu Bapak Sukanto dan Ibu Sariatin yang telah memberikan do'a, motivasi, semangat, dan

dukungan kepada penulis dari awal sampai penulisan skripsi ini selesai.

9. Untuk Muhammad Rasyid Prasetya yang selalu memberi bantuan, masukan, semangat kepada saya. Serta selalu sabar dalam menghadapi sikap saya.
10. Vira Rizky Ariestania yang selalu memberikan semangat dan bantuan mengarahkan dalam pengerjaan skripsi.
11. Alana sevinia yang selalu memberikan semangat dan bantuan mengarahkan dalam pengerjaan skripsi.
12. Rani Zulia Ningrum yang selalu memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi.
13. Marketing Jargo's Squad (Mega, Yunia, Lydia, Diyan) terima kasih atas segala bantuannya dan sahabat pejuang skripsi ku.
14. Gord.idn kelompok kewirausahaan yang pernah berjuang bersama.
15. Teman-teman Manajemen B 2015 terima kasih atas segala bantuannya.
16. Teman-teman program studi Manajemen tahun 2015 terima kasih atas segala bantuannya.
17. Teman-teman kelas Pemasaran 2015 terima kasih atas segala bentuk bantuannya.
18. Semua pihak yang telah membantu, mendukung dan memberikan semangat kepada penulis, sampai penulisan skripsi ini dapat diselesaikan

Penulis sadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, berbagai saran dan kritik yang membangun dari semua pihak, akan diterima sebagai masukan. Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak di atas, mendapat

imbalan yang sepadan dari Allah SWT, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Amin.

Surabaya, 11 April 2019

Inne Dwi Prestiana

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian	
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.1 Manfaat Praktis.....	9

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori	
2.2.1 Pemasaran	14
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	14
2.2.3 <i>Customer Experience</i> (Pengalaman Pelanggan)	
2.2.3.1 Pengertian Experience.....	15
2.2.3.2 Pengertian <i>Customer Experience Managemen</i>	15
2.2.3.3 Pengertian <i>Customer Experience</i>	16

2.2.3.4	Kategori <i>Customer Experience</i>	16
2.2.3.5	Faktor <i>Customer Experience</i>	18
2.2.3.6	Indikator <i>Customer Experience</i>	19
2.2.4	<i>Shopping Orientation</i> (Orientasi Belanja)	
2.2.4.1	Pengertian <i>Shopping Orientation</i>	20
2.2.4.2	Indikator <i>Shopiing Orientation</i>	21
2.2.5	<i>Online Trust</i> (Kepercayaan Online)	
2.2.5.1	Pengertian <i>Online Trust</i>	21
2.2.5.2	Faktor yang Mempengaruhi <i>Online Trust</i>	22
2.2.5.3	Indikator <i>Online Tust</i>	23
2.2.6	Niat Membeli (<i>Purchase Intention</i>)	
2.2.6.1	Pengertian Niat Membeli	23
2.2.6.2	Faktor-faktor Niat Membeli	24
2.2.6.3	Indikator Niat Membeli	25
2.3	Kerangka Konseptual	25
2.4	Hipotesis	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Rancangan Penelitian	29
3.2	Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Data	
3.2.1	Populasi	31
3.2.2	Sampel	32
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel	32
3.3	Jenis dan Sumber Data	
3.3.1	Jenis Data	33
3.3.2	Sumber Data	33
3.4	Teknik Pengumpulan Data	
3.4.1	Prosedur Pungumpulan Data	33
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	34
3.4.3	Jadwal Penelitian	35
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	

3.5.1	Variabel Penelitian	36
3.5.2	Definisi Operasional Variabel.....	36
3.5.2.1	<i>Customer Experience</i>	36
3.5.2.2	<i>Shopping Orientation</i>	38
3.5.2.3	<i>Online Trust</i>	39
3.5.2.4	Niat Membeli.....	40
3.6	Teknik Analisis Data	
3.6.1	Instrumen Pengujian Penelitian	
3.6.1.1	Uji Reliabilitas	40
3.6.1.2	Uji Validitas	41
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	
3.6.2.1	Uji Multikolonieritas	41
3.6.2.2	Uji Autokolerasi	42
3.6.2.3	Uji Heteroskedastisitas	42
3.6.2.4	Uji Normalitas	42
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda	43
3.6.4	Pengujian Hipotesis	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Penyajian Data	
4.1.1	Identitas Badan Usaha	45
4.1.2	Sejarah Perusahaan	45
4.2	Gambaran Umum Responden	
4.2.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.2.2	Data Responden Berdasarkan Usia	47
4.2.3	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
4.3	Deskripsi Hasil Penelitian	
4.3.1	Penilaian Responden Terhadap Butiran Pernyataan	
4.3.1.1	Variabel <i>Customer Experince</i> (X1)	49
4.3.1.2	Variabel <i>Shopping Orientation</i> (X2).....	50
4.3.1.3	Variabel <i>Online Trust</i> (X3).....	51

4.3.1.4	Variabel Niat Membeli (Y)	52
4.4	Analisis Data dan Hasil Penelitian	54
4.4.1	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	
4.4.1.1	Uji Validitas	54
4.4.1.2	Uji Reliabilitas	57
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	
4.4.2.1	Uji Normlitas.....	58
4.4.2.2	Uji Multikolonieritas	59
4.4.2.3	Uji Aoutokolerasi	60
4.4.2.4	Uji Heteroskedastisitas	61
4.4.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
4.4.4	Pengujian Hipotasis	
4.4.4.1	Uji T	64
4.4.4.2	Uji F	66
4.4.5	Koefisien Determinasi	67
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	
4.5.1	<i>Costumer Experience</i> (X1) Berpengaruh Terhadap Variabel Niat Membeli (Y).....	68
4.5.2	<i>Shopping Orientation</i> (X2) Berpengaruh Terhadap Niat Membeli(Y)	69
4.5.3	<i>Online trust</i> (X3) Berpengaruh Terhadap Variabel Niat Menbeli (Y).....	69
4.5.4	<i>Online trust</i> (X3) Berpengaruh Terhadap Variabel Niat Menbeli (Y).....	70

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan dan Saran	
5.1.1	Simpulan	73
5.1.2	Saran	74

DAFTAR PUSTAKA	75
-----------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 3.1 Jumlah Konsumen	31
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	35
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel <i>CustomerExperience</i>	49
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel <i>ShoppingOrientation</i> ...	51
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Online Trust</i>	52
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Niat Membeli	53
Tabel 4.8 Uji Validitas	55
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	58
Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4.12 Uji Autokorelasi	60
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linier Berganda	62
Tabel 4.14 Uji t	65
Tabel 4.15 Uji f	66
Tabel 4.16 Interpretasi Koefisien Korelasi	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 1.2 Media Sosial yang sering digunakan	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian.....	30
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	61

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2: Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
- Lampiran 3: Halaman Lembar Persetujuan
- Lampiran 4: Matrik Penelitian
- Lampiran 5: Kuesioner Penelitian
- Lampiran 6: Daftar Hadir Seminar Proposal
- Lampiran 7: Tabulasi Data
- Lampiran 8: Hasil Pengolahan Data SPSS
- Lampiran 9: Tabel Frekuensi Jawaban Responden