

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

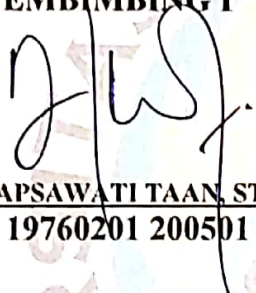
**PENGARUH PRIVASI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA TOKO ONLINE SHOPEE.CO.ID**

Oleh :

ADHE SAPUTRA HARYANTO
NIM.931415049

Telah diperiksa dan disetujui:

PEMBIMBING I


DR. HAPSAWATI TAAN, ST., M.M
NIP. 19760201 200501 2 004

PEMBIMBING II


DJOKO LESMANA RADJI, S.Pd, M.Si
NIP.19790130 200312 1 002

Ketua Jurusan MANAJEMEN


Dr. Hais Dama, SE, M.Si
NIP. 197303052002121003

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


Pengaruh Privasi dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada
Toko Online Shopee.Co.Id

Oleh
Adhe Saputra Haryanto
NIM. 931415049

Telah dipertahankan di Depan Dewan Penguji


Hari/Tanggal : Rabu, 31 Juli 2019
Waktu : 09:00:00

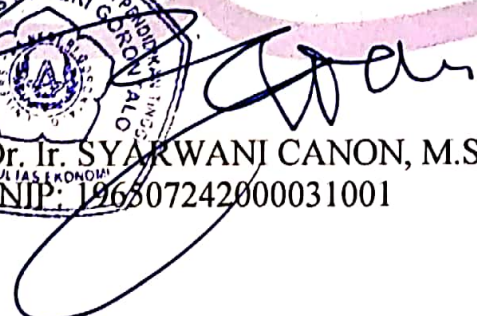
Penguji

1. Dr. MUCHTAR AHMAD, S.Pd., M.Si
NIP. 197805042003121003
 2. IDRIS YANTO NIODE, S.Pd., MM
NIP. 197810262005011001
 3. Dr. HAPSAWATI TAAN, S.T., M.M
NIP. 19760201200502004
 4. DJOKO LESMANA RADJI, S.Pd., M.Si
NIP. 197901302003121002
- 

Mengetahui:

Dekan FAKULTAS EKONOMI


Prof. Dr. Ir. SYARWANI CANON, M.Si
NIP. 196807242000031001



ABSTRAK

Adhe Saputra Haryanto. 931 415 049. 2019. Pengaruh privasi dan kepercayaan terhadap minat beli konsumen pada toko online Shopee.co.id. Skripsi Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan Ibu Dr. Hapsawati Taan, S.T., M.M selaku pembimbing 1 dan Bapak Djoko Lesmana Radji, S.Pd, M.Si selaku pembimbing 2.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh privasi dan kepercayaan terhadap minat beli konsumen pada toko online Shopee.co.id. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner. Adapun jumlah sampel sebanyak 100 orang konsumen. Analisis data dalam penelitian ini yakni analisis kuantitatif inferensial regresi berganda.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan privasi dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada toko online Shopee.co.id dengan nilai determinan sebesar 48,80%. Sedangkan sisanya sebesar 51,20% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kualitas produk, kesesuaian produk pada gambaran dan realita, harga jual, promosi serta kemudahan pembayaran. Hasil koefisien positif dari kedua variabel menunjukkan bahwa minat beli konsumen Pada Toko Online Shopee.co.id akan mengalami peningkatan seiring dengan baiknya manajemen dan tanggung jawab atas privasi data pribadi konsumen serta adanya kepercayaan konsumen terhadap toko online shopee.co.id.

Kata Kunci: Minat Beli, Privasi, Kepercayaan

ABSTRACT

Adhe Saputra Haryanto. 931 415 049. 2019. *The Effect of Privacy and Trust towards Consumer Buying Interest on Shopee.co.id Online Shop.* Skripsi, Bachelor Study Program of Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. The principal supervisor is Dr. Hapsawati Taan, S.T., M.M, and the co-supervisor is Lesmana Radji, S.Pd, M.Si.

The study is aimed to investigate the effect of privacy and trust towards consumer buying interest on Shopee.co.id online shop. The data collected in the research are carried out by a questionnaire. The research samples are 100 consumers. The data analysis of the study is quantitative inferential multiple regression.

The findings present that either partially or simultaneously, the privacy and trust affected significantly toward consumer buying interest on Shopee.co.id online shop with the determination value of 48,8. The rest is 51,20% which can be explained by other variables which were not included in this study such as product quality, the goods suitability in picture and reality, sell price, promotion and the easiness of payment. The result of the positive coefficient from both variables shows that consumer buying interest on Shopee.co.id online shop will increase along with good management and responsibility of the privacy of consumer personal data and trust toward shopee.co.id online shop.

Keywords: Buying Interest, Privacy, Trust.

