

**KEPERCAYAAN MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA TERHADAP SITUS  
BELANJA ONLINE BUKALAPAK.COM, ELEVENIA.CO.ID DAN  
TOKOPEDIA.COM**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar  
Sarjana Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

**DWI NIKKEN PRATIWI**

**NIM : 20120530218**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2016**

## HALAMAN PENGESAHAN

Telah dipertahankan dan disahkan di hadapan Tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada :

Hari : Kamis  
Tanggal : 15 Desember 2016  
Tempat : Ruang Negosiasi Ilmu Komunikasi  
Nilai :

**SUSUNAN TIM PENGUJI**  
Ketua

**Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc**

Penguji I

**Wulan Widyasari, S.Sos, MA**

Penguji II

**Sovia Sitta Sari, S.IP, M.Si**



Skripsi ini telah diterima sebagai saqlah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelas sarjana (S-1)

Tanggal 15 Desember 2016

  
**Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Si**

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

## **HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang membuat pernyataan dibawah ini :

Nama : Dwi Nikken Pratiwi

Nim : 20120530218

Konsentrasi : Advertising

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Kepercayaan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Terhadap Situs Belanja Online Bukalapak.com, Elevenia.co.id dan Tokopedia.com adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila kemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/ menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaan yang saya dapatkan.

Yogyakarta, 10 Desember 2016

Dwi Nikken Pratiwi

## **KATA PENGANTAR**

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas Rakhmat dan Karunia-Nya yang senantiasa memberikan kesehatan, kemudahan, kelancaran dan kekuatan sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Kepercayaan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah terhadap Situs Belanja Online Bukalapak.com, Elevenia.co.id dan Tokopedia.com.

Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa peran serta dukungan oleh berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Allah SWT atas karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Orang tua yang tercinta dan terhormat bapak Suyitno S.pd dan ibu Sri Miyati yang selalu menafkahi, mendoakan dan menyemangati saya. Terimakasih atas semua doa dan kasih sayangnya.
3. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, SIP.,M.Sc, selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, serta selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Terimakasih atas semua bantuan yang diberikan kepada saya.

4. Ibu Wulan Widayari, S.Sos,MA dan Ibu Sovia Sitta Sari S.SIP, M.Si selaku dosen penguji yang sedia mengkritik dan memberi saran terhadap penelitian ini.
5. Wildani Khoiri Oktavia sahabat yang selalu memberikan semangat dan selalu memaklumi saya. Terimakasih banyak.
6. Semua teman-teman Komunikasi angkatan 2012, teman-teman E class yang telah memberikan dukungannya. Terimakasih atas dukungannya.
7. Seluruh jajaran staf TU Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang sedia memberikan informasi dan bantuannya.
8. Semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini, terimakasih atas bantuannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga dapat bermanfaat. Amin

Yogyakarta, 10 Desember 2016

Penulis

Dwi Nikken Pratiwi

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel.....	vi
Abstraksi.....	vii
Abstract.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	14
1.1 Manfaat Praktis.....	14
1.2 Manfaat Teoritis.....	14
E. Kajian Teori.....	14
1.1 <i>Elektronic Commerce</i> .....	14
1.2 Jenis Situs Belanja Online & <i>Customer to Customer (c2c)</i> .....	16
1.3 <i>Online Marketplace</i> .....	17
1.4 Kepercayaan Terhadap Situs Belanja <i>Online</i> .....	18
1.5 Dimensi Kepercayaan.....	21
F. Definisi Konsep.....	23
G. Definisi Operasional.....	26
H. Hipotesis.....	29
I. Metode Penelitian.....	30
1.1 Jenis Penelitian.....	30
1.2 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel.....	30
1.2.1 Populasi.....	30
1.2.2 Sampel.....	31
1.3 Teknik Pengumpulan Data.....	32
1.4 Teknik Analisis Data.....	34
1.4.1 Uji Homogenitas.....	34
1.4.2 Uji <i>Independent Sample T-test</i> .....	34
1.5 Uji Validitas dengan <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> .....	35
1.6 Uji Reabilitas.....	35
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	36
A. Subjek dan Objek Penelitian.....	36

1.1 Subjek Penelitian.....	36
1.2 Objek Penelitian.....	36
1.2.1 Situs Belanja Online.....	36
B. Penelian Terdahulu.....	39
C. Kelebihan dan Kekurangan Situs Belanja OnlineBukalapak.com, Elvenia.co.id, Tokopedia.com.....	40
BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Deskripsi Data.....	50
1.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	50
1.2 Deskriptif Variabel Penelitian .....	50
1.2.1 Kepercayaan Mahasiswa Aktif Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada Situs Belanja Online Bukalapak.com.....	51
1.2.2 Kepercayaan Mahasiswa Aktif Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada Situs Belanja Online Tokopedia.com.....	55
1.2.3 Kepercayaan Mahasiswa Aktif Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada Elevenia.co.id.....	62
B. Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	62
1.1 Hasil Uji Validitas.....	62
1.2 Hasil Uji Reabilitas.....	62
C. Analisis Kuantitatif .....	66
1.1 Hasil Uji Beda <i>Independent Sample T-test</i> .....	66
D. Pembahasan dan Implikasi.....	72
BAB IV PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
KUESIONER	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Definisi Operasional.....	25
Tabel 1.2	Skala Likert.....	32
Tabel 1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 1.4	Frekuensi Data Kepercayaan Pada Situs Belanja <i>Online</i> Bukalapak.com.....	51
Tabel 1.5	Analisis Deskriptif Kepercayaan Pada Situs Belanja <i>Online</i> Bukalapak.com.....	52
Tabel 1.6	Frekuensi Data Kepercayaan Pada Situs Belanja <i>Online</i> Tokopedia.com.....	55
Tabel 1.7	Analisis Deskriptif Kepercayaan Pada Situs Belanja <i>Online</i> Tokopedia.com.....	56
Tabel 1.8	Frekuensi Data Kepercayaan Pada Situs Belanja <i>Online</i> Elevenia.co.id .....	59
Tabel 1.9	Analisis Deskriptif Kepercayaan Pada Situs Belanja <i>Online</i> Elevenia.co.id.....	60
Tabel 1.10	Uji Kaiser-Meyer-Oklin Measure of Sampling Adequacy (KMO MSA).....	63
Tabel 1.11	Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 1.12	Hasil Uji Reabilitas.....	65
Tabel 1.13	Hasil Uji <i>Independent Sample T-test</i> Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Bukalapak.com dan Tokopedia.com ( <i>Group Statistic</i> ).....	66
Tabel 1.13.1	Hasil Uji <i>Independent Samples T-Test</i> Kepercayaan Mahasiswa Pada Bukalapak.com dan Tokopedia.co.id.....	67
Tabel 1.14	Hasil Uji <i>Independent Samples T-Test</i> Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Bukalapak.com dan Elevenia.co.id ( <i>Group Statistic</i> ).....	68
Tabel 1.14.1	Hasil Uji <i>Independent Sample T-Test</i> Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Bukalapak.com dan Elevenia.co.id .....	69
Tabel 1.15	Hasil Uji <i>Independent Samples T-Test</i> Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Tokopedia.com dan Elevenia.co.id ( <i>Group Statistic</i> ).....	70
Tabel 1.15.1	Hasil Uji <i>Independent Samples T-Test</i> Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Bukalapak.com dan Elevenia.co.id.....	71



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**Dwi Nikken Pratiwi**

**NIM : 20120530218**

**KEPERCAYAAN MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA TERHADAP SITUS  
BELANJA ONLINE BUKALAPAK.COM, ELEVENIA.CO.ID DAN  
TOKOPEDIA.COM**

**Tahun Skripsi : 2016**

**Daftar Kepustakaan : 20 buku; 1 jurnal; 3 sumber *online*;**

**ABSTRAK**

Kegiatan teknologi informasi saat ini dimanfaatkan sebagai transaksi jual beli yang dikenal dengan istilah *e-commerce*. Teknologi *e-commerce* ini memudahkan pelaku usaha untuk mengembangkan bisnisnya serta memudahkan pengguna internet atau konsumen untuk melakukan transaksi jual beli. Perkembangan ini juga tampak dengan banyaknya situs belanja *online* yang bermunculan di Indonesia. Namun terdapat satu permasalahan dalam *e-commerce* ialah kurangnya kepercayaan pengguna internet terhadap situs belanja online karena dirasa tidak menjaga privasi dan keamanan pengguna atau konsumennya. Beberapa situs belanja online di Indonesia menawarkan berbagai inovasi untuk menarik perhatian serta kepercayaan pengguna situsnya. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan apakah ada perbedaan kepercayaan mahasiswa jurusan ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap situs belanja online Bukalapak.com, Elevenia.co.id dan Tokopedia.com. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitiannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta angkatan 2009-2015 sebanyak 1004 mahasiswa. Sampel yang digunakan sebanyak 108 responden yang diambil dengan cara *simple random sampling*. Menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* sebagai uji validitas dan *Alpha Cronbach* sebagai uji reabilitas. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan *Independent Sample T-test*. Hasil penelitian ini membuktikan tidak terdapat perbedaan kepercayaan mahasiswa jurusan ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap situs belanja online Bukalapak.com, Elevenia.co.id dan Tokopedia.com.

**Kata Kunci:** E-commerce, Kepercayaan, Situs Belanja Online

**DEPARTMENT OF COMMUNICATION SCIENCE  
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**Dwi Nikken Pratiwi**

**Student Number: 20120530218**

**THE TRUST OF STUDENTS OF DEPARTMENT OF COMMUNICATION  
SCIENCE UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA ON  
ONLINE SHOPPING SITES OF BUKALAPAK.COM, ELEVENIA.CO.ID  
AND TOKOPEDIA.COM**

**Year of Undergraduate Thesis: 2016**

**References: 20 books, 1 journal article, 3 online sources**

**ABSTRACT**

The activity of informational technology nowadays is used as a selling-buying transaction which is also known as e-commerce. This e-commerce technology facilitates the business people to develop their business and facilitates the internet users or consumers to do selling-buying transaction. This development can also be seen from the numbers of online shopping sites growths in Indonesia. However, there is one problem in e-commerce which is the lack of internet users' trust on online shopping sites because they are considered to not keeping the privacy and the security of their users or customers. Several online shopping sites in Indonesia offer numerous innovations to attract the attention and trust of their users. This research is aimed at proofing whether there is any difference on the level of trust of students of Department of Communication Science Universitas Muhammadiyah Yogyakarta on online shopping sites, Bukalapak.com, Elevenia.co.id and Tokopedia.com. This research used questionnaire as the research instrument. The population in this research are the students of Department of Communication Science Universitas Muhammadiyah Yogyakarta badge 2009-2015 as many as 1004 students. Sample used in this research are as many as 108 respondents which was taken with simple random sampling. This research used Confirmatory Factor Analysis as the validity test and Cronbach's Alpha as the reliability test. The analyzing technique in this research used Independent Sample T-test. The result of this research shows that there is no difference in the level of trust of students of Department of Communication Science Universitas Muhammadiyah Yogyakarta on online shopping sites, Bukalapak.com, Elevenia.co.id and Tokopedia.com.

**Keywords:** E-commerce, Trust, Online Shopping Sites