

TUGAS AKHIR

**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA* MELALUI *TRUST*
DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *REPURCHASE*
INTENTION KEPADA PELANGGAN DEALJAVA DI
SURABAYA**

Ditulis untuk memenuhi persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu

Oleh:

NAMA : KRESNA YULIANTO

NPM : 01120140030



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
SURABAYA**

2017



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Nama Mahasiswa : Kresna Yulianto

Nomor Pokok Mahasiswa : 01120140030

Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir yang saya buat dengan judul “Analisis Pengaruh *Social Media* melalui *Trust* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Repurchase Intention* kepada Pelanggan DealJava di Surabaya” adalah :

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku-buku serta jumlah acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tulis akhir saya.
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah di publikasikan atau yang pernah pakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
- 3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan diatas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 08 Agustus 2017
Yang membuat pernyataan,



(Kresna Yulianto)



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS KAHIR

**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA* MELALUI *TRUST* DAN
PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
KEPADA PELANGGAN DEALJAVA DI SURABAYA**

Oleh :

Nama : Kresna Yulianto
NPM : 01120140030
Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Manajemen

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Surabaya, 09 Agustus, 2017

Menyetujui :

Pembimbing Utama

Oliandes Sondakh, S.E., M.M.

Co-Pembimbing/Supervisor

Yanuar Dananjaya, B.Sc., M.M.

Ketua Jurusan Manajemen

Amelia S.E., RFP-I, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Ronald, S.T., M.M.



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI


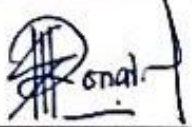

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 2017 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademis guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya

atas nama :

Nama : Kresna Yulianto
NPM : 01120140030
Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Manajemen

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Pengaruh *Social Media* melalui *Trust* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Repurchase Intention* kepada Pelanggan DealJava di Surabaya” oleh tim pengujian yang terdiri dari :

Dewan Penguji :	Status	Tanda Tangan
Oliandes Sondakh, S.E., M.M	sebagai ketua dan pembimbing	
Dr. Ronald, S.T., M.M.	sebagai pengujian pertama/anggota	
Hananiel M. Gunawan, B.A., M.B.A	sebagai pengujian kedua/ sekretaris	

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ini mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulisan meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin sekali memberikan ucapan terimakasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditunjukan kepada :

1. Dr. Ronald S.T., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan Surabaya.
2. Dan sekali lagi kepada Dr. Ronald S.T., M.M., selaku ketua jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya dan selaku dosen penguji pertama yang telah berperan penting dalam membantu penulis serta memberikan perhatian, dukungan dan pengorbanan berupa waktu dan tenaga kepada penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan Surabaya.
3. Ibu Oliandes Sondakh, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing utama yang telah mencurahkan begitu besar perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan kepada penulis dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.

4. Bapak Yanuar Dananjaya, B.Sc., M.M., selaku dosen pembimbing anggota yang telah membantu dan memberikan saran-saran sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
5. Para staff pengajar Program Sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah memberikan ilmu-ilmu melalui suatu kegiatan belajar-mengajar dengan dasar pemikiran analitis dan pengetahuan yang lebih baik sehingga diharapkan berguna bagi penulis setelah lulus nanti.
6. Para staff administrasi Program Sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah banyak membantu mempermudah penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan.
7. Kedua orang tua penulis, kekasih penulis yang membantu dan berdoa untuk kelancaran penulis dalam menyelesaikan tugas-tugas terutama penelitian tugas akhir ini, serta dukungannya untuk penulis agar penulis mampu mewujudkan setiap harapan dan cita-citanya, dan dapat menjadi pribadi yang lebih baik ke depannya setelah lulus dari Universitas Pelita Harapan Surabaya.
8. Teman-Teman Mahasiswa seperjuangan yang selama ini berjuang bersama dalam menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah saling mendukung dan mendoakan agar dapat lulus bersama dengan penuh kebanggaan dan membawa keharuman nama baik Universitas Pelita Harapan Surabaya.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Berusaha dan berdoa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran

atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 02 Agustus 2017

Kresna Yulianto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat Teoritis	7
1.5.2 Manfaat Praktis	8
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS..	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Social Media	9

2.1.2	Trust	10
2.1.3	Perceived Usefulness	11
2.1.4	Repurchase Intention	12
2.2	Penelitian Terdahulu	13
2.3	Pengembangan Hipotesis	15
2.3.1	Pengaruh Social Media terhadap Trust	15
2.3.2	Pengaruh Trust terhadap Perceived Usefulness	16
2.3.3	Pengaruh Trust terhadap Repurchase Intention	17
2.3.4	Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Repurchase Intention ...	17
2.4	Model Penelitian	19
2.5	Bagan Alur Berpikir	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		21
3.1	Jenis Penelitian	21
3.2	Populasi dan Sampel	21
3.2.1	Populasi	21
3.2.2	Sampel	22
3.3	Metode Pengumpulan Data	22
3.3.1	Jenis dan Sumber Data	22
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	23
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	24
3.4.1	Definisi Operasional	24
3.4.2	Pengukuran Variabel	27
3.5	Metode Analisis Data	27
3.5.1	Pengolahan Data	28
3.5.2	Pengujian Hipotesis	33

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Gambaran umum DealJava	34
4.2. Analisis Data	34
4.2.1 Statistik Deskriptif	34
4.2.1.1 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Social Media</i>	36
4.2.1.2 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Trust</i>	38
4.2.1.3 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	40
4.2.1.4 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Repurchase Intention</i>	42
4.2.2 Hasil Pengujian Kualitas Data	44
4.2.2.1 Uji Validitas	44
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	45
4.2.2.3 Uji Asumsi Klasik Regresi Normalitas	45
4.2.2.4 Uji Asumsi Klasik Regresi Heterokedastisitas	47
4.2.2.5 Uji Asumsi Klasik Regresi Linearitas	50
4.2.2.6 Uji Asumsi Klasik Regresi Multikolinearitas	50
4.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis	51
4.2.3.1 Analisis Regresi Berganda Pengaruh <i>Social Media (SM)</i> terhadap <i>Trust (T)</i>	51
4.2.3.2 Analisis Regresi Berganda Pengaruh <i>Trust (T)</i> terhadap <i>Perceived</i> <i>Usefulness (PU)</i>	52

4.2.3.3 Analisis Regresi Berganda Pengaruh <i>Trust (T)</i> dan <i>Perceived Usefulness (PU)</i> terhadap <i>Repurchase Intention (RI)</i>	53
4.3 Pembahasan	55
BAB V KESIMPULAN	62
5.1 Simpulan	62
5.2. Implikasi	63
5.2.1 Implikasi Teoritis	63
5.2.2 Implikasi Praktis	65
5.3 Rekomendasi	70
5.3.1 DealJava di Surabaya	70
5.3.2 Penelitian Selanjutnya	74
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN A	A-1
LAMPIRAN B	B-1
LAMPIRAN C	C-1
LAMPIRAN D	D-1

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN A : KUESIONER
- LAMPIRAN B : TABULASI DATA KUESIONER
- LAMPIRAN C : STATISTIK DESKRIPTIF
- LAMPIRAN D : ANALISI KUALITAS DATA
- LAMPIRAN E : UJI RELIABILITAS
- LAMPIRAN F : ANALISIS HIPOTESIS PENELITIAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh Produk DealJava	3
Gambar 1.2 Contoh kebergunaan Dealjava	4
Gambar 1.3 Contoh top voucher DealJava	4
Gambar 1.4 Contoh top voucher DealJava	5
Gambar 1.5 Contoh Social Media DealJava	6
Gambar 4.1 DealJava	34
Gambar 4.2 ScatterPlot Uji Normalitas SM*T	46
Gambar 4.3 ScatterPlot Uji Normalitas T*PU	46
Gambar 4.4 ScatterPlot Uji Normalitas T,PU*RI	47

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skala Likert	23
Tabel 3.2	Operasional Variabel	24
Tabel 3.3	Rules of Thumb Koefisien Korelasi	32
Tabel 4.1	Deskripsi <i>Mean Rating Index</i>	35
Table 4.2	Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Social Media</i>	36
Tabel 4.3	Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Trust</i>	38
Tabel 4.4	Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	40
Table 4.5	Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Repurchase Intention</i>	42
Table 4.6	Hasil Uji Validitas Instrumen	44
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	45
Table 4.8	Hasil Uji Asumsi Klasik Regresi Normalitas	45
Table 4.9	Hasil Uji Heterokedastisitas	47
Table 4.10	Hasil Uji Linearitas	50
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas	50
Table 4.12	Regresi Berganda <i>Social Media (SM)</i> terhadap <i>Trust (T)</i>	51
Table 4.13	Regresi Berganda <i>Trust (T)</i> terhadap <i>Perceived Usefulness (PU)</i>	52
Tabel 4.14	Regresi Berganda <i>Trust (T)</i> dan <i>Perceived Usefulness (PU)</i> terhadap <i>Repurchase Intention (RI)</i>	53