

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPERCAYAAN
DAN LOYALITAS KONSUMEN: STUDI PADA APLIKASI BIBIT REKSADANA**

Skripsi

Untuk Memenuhi Tugas Akhir

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Joshua Hermanto

NPM: 170323527

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2021

Skripsi

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPERCAYAAN DAN
LOYALITAS KONSUMEN: STUDI PADA APLIKASI BIBIT REKSADANA**



Disusun oleh:

Joshua Hermanto

NPM: 170323527

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Dr. Dra. J. Ellyawati, MM.



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 695/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Selasa, 6 Juli 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|---------------------------------------|-----------------|
| 1. Dr. C. Handoyo Wibisono, MM., CSA. | (Ketua Penguji) |
| 2. Dr. Dra. J. Ellyawati, MM. | (Anggota) |
| 3. Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. | (Anggota) |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Joshua Hermanto
NPM 170323257

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini Joshua Hermanto telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPERCAYAAN DAN
LOYALITAS KONSUMEN: STUDI PADA APLIKASI BIBIT REKSADANA**

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya telah melakukan plagiasi pada penyusunan dan pembuatan skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta,

Yang menyatakan,

Joshua Hermanto

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, karunia, dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen: Studi pada Aplikasi Bibit Reksadana” sebagai salah satu pemenuhan persyaratan akhir untuk menempuh gelar Sarjana Manajemen (S1) di Fakultas Bisnis dan Ekonomika (FBE) Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik tidak terlepas dari bantuan, dukungan, motivasi, maupun doa dari berbagai pihak yang terus memberikan dorongan kepada penulis selama proses pengerjaan, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, atas berkat dan penyertaan-Nya yang selalu menyertai penulis sekaligus memberikan damai sejahtera dan sukacita dalam berbagai aspek kehidupan penulis termasuk di bidang pendidikan.
2. Keluarga penulis yang selalu memberikan dorongan semangat dan inspirasi kepada penulis untuk selalu bekerja keras dalam meraih sesuatu.
3. Ibu Dr. Dra. J. Ellyawati, MM. selaku dosen pembimbing yang memberikan pengarahan, petunjuk, dan kritik maupun saran selama proses pengerjaan hingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
4. Para teman-teman responden penelitian yang telah memberikan sumbangsih waktu dan tenaga untuk mengisi kuesioner dan membantu menyebarkannya.
5. Teman-teman bimbingan skripsi Ibu Elly yang menjadi tempat untuk saling bertukar pikiran, informasi, dan saling mendukung satu sama lain.
6. Teman-teman prodi manajemen khususnya angkatan 2017 yang telah menjadi teman seperjuangan dalam melalui dinamika perkuliahan.
7. Kakak tingkat yang telah memberikan dukungan, saran, informasi yang berkaitan untuk kelancaran penulis dalam melakukan penelitian.

8. Seluruh dosen, pengajar, staff, dan keluarga besar Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu penulis untuk bertumbuh baik secara akademik maupun pola pikir dan perilaku.
9. Teman-teman HMPSM khususnya divisi *Public Relation* (PR) yang memberikan banyak pengalaman dalam berdinamika bersama selama kegiatan organisasi.
10. Bagi semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu dan telah membantu, mendukung, dan mendoakan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Akhir kata, skripsi ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih pemikiran bagi berbagai pihak ataupun kepentingan dan menjadi referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya. Apabila terdapat kekurangan, penulis terbuka terhadap kritik maupun saran yang membangun untuk menjadi lebih baik.

Yogyakarta,

Penulis

Joshua Hermanto

DAFTAR ISI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS KONSUMEN: STUDI PADA APLIKASI BIBIT REKSADANA	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
2.1 Kajian Teori.....	9
2.1.1 Definisi <i>Marketplace</i>	9
2.1.2 Sikap Konsumen.....	11
2.1.3 <i>Financial Technology</i> (Teknologi Keuangan).....	11
2.1.4 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	12
2.1.5 <i>Perceived Risk</i> (Resiko yang Dirasakan).....	13
2.1.6 <i>Perceived Usefulness</i> (Kegunaan yang Dirasakan).....	14
2.1.7 <i>Perceived Ease of Use</i> (Kemudahan yang Dirasakan).....	15
2.1.8 <i>E-Marketplace Reputation</i> (Reputasi Platfrom).....	15
2.1.9 <i>E-Sellers's Reputation</i> (Reputasi Perusahaan Penjual).....	16
2.1.10 <i>Convenience</i> (Kenyamanan)	16
2.1.11 <i>Trust</i> (Rasa Percaya).....	17
2.1.12 <i>Loyalty</i> (Loyalitas Konsumen).....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Pengembangan Hipotesis	22
2.4 Gambar Model Riset.....	27
BAB III	28

METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian.....	28
3.2 Objek Penelitian	28
3.3 Subjek Penelitian.....	29
3.4 Populasi dan Metode Sampling.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6 Pengukuran Variabel	31
3.7 Metode Pengujian Instrumen	34
3.7.1 Uji Validitas.....	34
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.8 Metode Analisis Data	35
3.8.1 Analisis Deskriptif Demografis Responden.....	35
3.8.2 Analisis Deskriptif Aritmatik <i>Mean</i> Jawaban Responden Variabel Penelitian.....	35
3.8.3 Uji Normalitas	36
3.8.4 Uji Multikolinearitas.....	37
3.8.5 Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.8.6 Regresi Linear.....	38
BAB IV	40
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Pengumpulan Data.....	40
4.2 Analisis Deskriptif Demografis Responden	40
4.2.1 Demografis Responden berdasarkan Gender.....	41
4.2.2 Demografis Responden berdasarkan Usia	41
4.2.3 Demografis Responden berdasarkan Domisili.....	41
4.2.4 Demografis Responden berdasarkan Pekerjaan.....	42
4.2.5 Demografis Responden berdasarkan Pendapatan per Bulan	43
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	43
4.4 Analisis Aritmatik <i>Mean</i>	44
4.4.1 Analisis Deskriptif Jawaban Responden Variabel <i>Perceived Risk</i>	45
4.4.2 Analisis Deskriptif Jawaban Responden Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	46
4.4.3 Analisis Deskriptif Jawaban Responden Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	47
4.4.4 Analisis Deskriptif Jawaban Responden Variabel <i>E-Marketplace Reputation</i>	48
4.4.5 Analisis Deskriptif Jawaban Responden Variabel <i>E-Seller's Reputation</i>	49
4.4.6 Analisis Deskriptif Jawaban Responden Variabel <i>Convenience</i>	50
4.4.7 Analisis Deskriptif Jawaban Responden Variabel <i>Trust</i>	51
4.4.8 Analisis Deskriptif Jawaban Responden Variabel <i>Loyalty</i>	52
4.5 Uji Asumsi Klasik	53

4.5.1 Uji Normalitas Data Penelitian.....	53
4.5.2 Uji Multikolinearitas Data Penelitian	54
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas Variabel Penelitian.....	55
4.6 Regresi Linear Berganda terhadap Variabel <i>Trust</i> (Y1)	57
4.7 Regresi Linear Sederhana terhadap Variabel Y2 (<i>Loyalty</i>).....	61
4.8 Hasil Hypothesis Testing	63
4.9 Pembahasan.....	64
4.9.1 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Trust</i>	64
4.9.2 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Trust</i>	64
4.9.3 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Trust</i>	65
4.9.4 Pengaruh E-Marketplace Reputation terhadap <i>Trust</i>	66
4.9.5 Pengaruh E-Seller’s Reputation terhadap <i>Trust</i>	66
4.9.6 Pengaruh <i>Convenience</i> terhadap <i>Trust</i>	67
4.9.7 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Loyalty</i>	67
BAB V	69
PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.1.1 Hasil Analisis Deskriptif.....	69
5.1.2 Hasil Hypothesis Testing	70
5.2 Implikasi Manajerial.....	72
5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian Selanjutnya	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	32
Tabel 4. 1 Demografis Responden berdasarkan Gender	41
Tabel 4. 2 Demografis Responden berdasarkan Usia	41
Tabel 4. 3 Demografis Responden berdasarkan Domisili.....	41
Tabel 4. 4 Demografis Responden berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4. 5 Demografis Responden berdasarkan Pendapatan per Bulan	43
Tabel 4. 6 Ringkasan Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
Tabel 4. 7 Kategori Interval Mean.....	45
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel Perceived Risk	45
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel Perceived Usefulness	46
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel Perceived Ease of Use.....	47
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Variabel E-Marketplace Reputation.....	48
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Variabel E-Seller's Reputation.....	49
Tabel 4. 13 Analisis Deskriptif Variabel Convenience	50
Tabel 4. 14 Analisis Deskriptif Variabel Trust.....	51
Tabel 4. 15 Analisis Deskriptif Variabel Loyalty.....	52
Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	54
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4. 18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4. 19 Hasil Hypothesis Testing	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instrumen Pilihan Investasi Secara Online	3
Gambar 1. 2 Aplikasi Investasi Reksadana Pilihan Pengguna.....	3
Gambar 1. 3 Total Awareness Pengguna Terhadap Platform Investasi	4
Gambar 1. 4 Pilihan Platform Investasi Pengguna	4
Gambar 3. 1 Kategori Rentang Skor Aritmatik Mean	36
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas pada SPSS	53
Gambar 4. 2 Hasil Uji Multikolinearitas pada SPSS	54
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel X pada SPSS.....	56
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Y pada SPSS.....	56
Gambar 4. 5 Koefisien Determinasi Regresi Y1	57
Gambar 4. 6 Uji Simultan (Uji F) Regresi Y1.....	58
Gambar 4. 7 Uji Parsial (Uji t) Regresi Y1	59
Gambar 4. 8 Koefisien Determinasi Regresi Y2	61
Gambar 4. 9 Uji Simultan (Uji F) Regresi Y2.....	62
Gambar 4. 10 Uji Parsial (Uji t) Regresi Y2	62

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I: Kuesioner Penelitian	80
LAMPIRAN II: Kuesioner Google Form	83
LAMPIRAN III: Tabulasi Data	91
LAMPIRAN IV: Hasil Olah Data SPSS	109
LAMPIRAN V: Jurnal Utama.....	123



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS KONSUMEN: STUDI PADA APLIKASI BIBIT REKSADANA

Disusun Oleh:

Joshua Hermanto

NPM: 170323527

Pembimbing:

Dr. J. Ellyawati, MM.

Abstrak

Penting bagi sebuah merek atau perusahaan untuk mengetahui mengenai faktor apa saja yang mendorong kepercayaan dan loyalitas konsumen, terutama dalam layanan perusahaan secara *online* atau yang berfokus mengandalkan jaringan internet. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas konsumen pada aplikasi Bibit Reksadana. *Perceived risk, perceived usefulness, perceived ease of use, e-marketplace reputation, e-seller's reputation, convenience, trust, dan loyalty* adalah variabel yang akan dianalisis dan diketahui hubungan antar variabel. Responden dalam penelitian ini berjumlah 220 orang yang dikumpulkan melalui google forms dengan opsi jawaban skala likert 5 poin, penentuan responden yang valid didasarkan pada teknik *purposive sampling* dengan kriteria bahwa responden memiliki aplikasi/situs Bibit Reksadana pada device (HP, Laptop, dll) dan pernah melakukan transaksi (jual/beli) di Bibit Reksadana. Analisis data dilakukan dengan alat statistik SPSS dengan terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), selanjutnya data diolah dengan metode regresi linear berganda dan regresi linear sederhana sehingga diketahui nilai R-Square, nilai F, dan nilai t yang menunjukkan hubungan antar variabel independen dan dependen. Hasil penelitian ini menghasilkan temuan bahwa, 1) *perceived risk* berpengaruh positif terhadap *trust*, 2) *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *trust*, 3) *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *trust*, 4) *e-marketplace reputation* berpengaruh positif terhadap *trust*, 5) *e-seller's reputation* berpengaruh positif terhadap *trust*, 6) *convenience* berpengaruh positif terhadap *trust*, dan 7) *trust* berpengaruh positif terhadap *loyalty*.