

**PENGARUH KEPERCAYAAN, SIKAP, STATUS SOSIAL DAN  
MOTIF PEMBELIAN DENGAN MEDIASI VARIABEL  
KONSEP DIRI TERHADAP NIAT BELI KEMBALI  
MELALUI SITUS ONLINE BLIBLI.COM PADA  
KONSUMEN DI KOTA KUPANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**



**OLEH:**

**BERNADINA DUPA BANDA**  
**NIM: 32119078**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA  
KUPANG  
2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, SIKAP, STATUS SOSIAL DAN  
MOTIF PEMBELIAN DENGAN MEDIASI VARIABEL  
KONSEP DIRI TERHADAP NIAT BELI KEMBALI  
MELALUI SITUS ONLINE BLIBLI.COM PADA  
KONSUMEN DI KOTA KUPANG**

**Yang diajukan oleh :**

**Nama : Bernadina Dupa Banda**  
**NIM : 32119078**  
**Fakultas : Ekonomika dan Bisnis**  
**Program Studi : Manajemen**  
**Konsentrasi : Pemasaran**

Skripsi ini telah disetujui dan diterima oleh Tim Pembimbing  
Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
**Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM**  
**NIDN: 0808015901**

  
**Maria A. L. Amaral, SE, MM**  
**NIDN: 0805079302**

**Kupang ..... 2023**

**Ketua Program Studi Manajemen**

  
**Anggraeny Paridy, SE, M.Si**  
**NIDN : 0011036501**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Jumat, 09 Juni 2023

Jam : 14.00 Wita – Selesai

Tempat : Ruang Magister Manajemen

Atas Nama : Bernadina Dupa Banda

Nomor Registrasi : 32119078

Dinyatakan : **LULUS**

### PANITIA PENGUJI SKRIPSI

- 1 Ketua : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM (.....)
- 2 Sekretaris : Maria. A. L. Amaral, SE, MM (.....)
- 3 Penguji I : Anggraeny Paridy, SE, M. Si (.....)
- 4 Penguji II : Apryanus Fallo, SE, MM (.....)
- 5 Penguji III : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM (.....)

### MENGETAHUI



Dekan  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Dr. M. E. Perseveranda, SE, M. Si  
NIDN : 0819066703



Ketua  
Program Studi Manajemen  
Anggraeny Paridy, SE, M. Si  
NIDN : 0011036501

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

**“Janganlah takut, sebab aku menyertai engkau, janganlah bimbang, sebab aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-ku yang membawa kemenangan”  
(Yesaya 40:29)**

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Orang tua tercinta Bapak Ambrosius Padi dan Ibu Patrisia Sisilia Soro, Opa Alm Kunibertus Bata dan oma Falentina Ndoto yang dengan bersusah payah membiayai studi dan yang tidak pernah lelah mendoakan segala yang terbaik. Kepada saudara yang terkasih, adik Anggun, Rival, Peter, Klarita, Yani dan Cendi yang selalu mendukung dan memotivasi untuk tetap semangat.

Kupang, Juli 2023

Penulis

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Sikap, Status sosial dan Motif Pembelian Terhadap Niat Beli Kembali Melalui Situs Online Blibli.com Dengan Kosep Diri Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Di Kota Kupang”**, dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat kelulusan pendidikan Strata Satu, pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Selesainya penulisan skripsi ini adalah berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini diucapkan limpah terima kasih kepada :

1. Pater Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk dapat mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Ibu Dr. M. E. Perseveranda, SE.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, dan Ibu Rere Paulina Bibiana, SE, M.Si selaku Wakil Dekan, yang telah membimbing dan memberikan perhatian, dukungan, motivasi serta pelayanan administrasi akademik selama kuliah di Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Widya Mandira Kupang.
3. Ibu Anggraeny Paridy, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Ibu Maria B.M.G Wutun, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen

yang telah pelayanan administrasi akademik selama mengikuti kuliah, yang sangat membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Pembimbing I, yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan sumbangan pikiran yang berharga dalam membimbing, memberikan koreksi dan perbaikan, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Ibu Maria A. Lopes Amaral, SE, MM selaku Pembimbing II, yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan sumbangan pikiran yang berharga sehingga dapat diselesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh Dosen pengajar pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta bimbingan selama mengikuti perkuliahan.
7. Ibu Angelina Penun, SH selaku kepala Tata Usaha dan Para pegawai Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan dan dalam segala urusan administrasi.
8. Kedua orang tua Bpk Ambrosius dan Mama Patrisia, serta keluarga diruma Lasiana (Opa Piet, Oma Veronika, Aunty Anas, Aunty Pule, Aunty Ellen, Ci Manyus, Bibi Vero) yang selalu memberikan dukungan doa, spiritual dan materi dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman Mahasiswa/i sepejuangan Angkatan 2019 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang (terkhusus Angel, Olsa, Vani, Resa, Titin, Irene, Heny, Claudia, Yoan, Atika, Karlin, Arini, Arni, teman-teman KKN, ka Rose), yang dengan caranya masing-masing telah membantu dan memberi dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung selama kuliah.

Menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan dan waktu yang dimiliki, sehingga hasil penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga Tuhan Yesus senantiasa memberkati kita semua.

Kupang, 2023

Penulis

## ABSTRAK

**Bernadina Dupa Banda (32119078), dengan judul penelitian “Pengaruh Kepercayaan, Sikap, Status sosial dan Motif Pembelian Terhadap Niat Beli Kembali Melalui Situs Oline Blibli.com dengan Konsep diri sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Di Kota Kupang” di bawah bimbingan Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Pembimbing I dan Ibu Maria A. Lopes Amaral, SE, MM selaku Pembimbing II.**

Blibli.com merupakan salah satu situs *online shop* terpercaya yang berkembang sesuai dengan perubahan konsumennya. Perkembangan data penjualan online shop Blibli.com pada tahun 2019- kuartal II 2022 mengalami fluktuasi. Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui gambaran kepercayaan, sikap, status sosial, motif pembelian, konsep diri dan niat beli kembali melalui situs Blibli.com di Kota Kupang. (2) untuk mengetahui signifikansi pengaruh kepercayaan, sikap, status sosial dan motif pembelian terhadap konsep diri. (3) untuk mengetahui signifikansi pengaruh kepercayaan, sikap, status sosial dan motif pembelian terhadap niat beli kembali. (4) konsep diri memediasi pengaruh kepercayaan, sikap, status sosial dan motif pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna online shop Blibli.com di Kota Kupang yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sampel dalam penelitian ini yaitu 120 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menurut sumbernya yaitu data primer dan data sekunder, sedangkan menurut sifatnya meliputi data kualitatif dan data kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuisisioner, wawancara, dan dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial (PLS).

Hasil analisis deskriptif menggambarkan variabel kepercayaan, sikap, dan motif pembelian, semua variabel ini termasuk dalam kategori baik, dan status sosial termasuk dalam kategori cukup baik. Hasil analisis statistik inferensial (PLS) menunjukkan bahwa : (1) kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsep diri . (2) Sikap tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsep diri. (3) Status sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsep diri . (4) motif pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsep diri. (5) kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli kembali . (6) sikap tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli kembali. (7) status sosial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli kembali. (8) motif pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli kembali. (9) konsep diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli kembali. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) variabel niat beli kembali sebesar 77,4%, dan konsep diri sebesar 29,8%, sisanya sebesar 55,3% dan 70,2% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel dalam penelitian.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, disarankan *online shop* Blibli.com dapat menjaga dan memperhatikan kejujuran. Pastikan deskripsi produk yang dijual di Blibli.com dengan memberikan ulasan produk secara akurat dan jujur, Sertakan informasi yang lengkap mengenai produk, termasuk spesifikasi, ukuran, bahan, dan kondisi produk agar dapat menarik niat konsumen untuk terus berbelanja di *situs online* Blibli.com.

**Kata Kunci :** Kepercayaan, Sikap, Status sosial, Motif, Konsep diri dan Niat beli kembali.



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian .....	14
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>16</b>
A. Konsep Pemasaran.....	16
B. Perilaku Konsumen .....	19
C. Niat Beli Kembali .....	22
D. Konsep Diri .....	26
E. Kepercayaan .....	28
F. Sikap .....	30
G. Status Sosial.....	31

H. Motif.....	32
I. Penelitian Terdahulu.....	33
J. Kerangka Berpikir .....	35
K. Hipotesis Penelitian .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	39
B. Populasi dan Sampel .....	39
C. Jenis Data .....	41
D. Teknik Pengumpulan Data .....	42
E. Metode analisis data.....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>53</b>
A. Gambaran Umum Situs Online Blibli.com .....	53
B. Karakteristik Responden .....	54
C. Teknik Pengumpulan Data .....	58
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	85
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>95</b>
A. Kesimpulan .....	95
B. Saran.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>102</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Urutan Peringkat Teratas <i>e-commerce</i> di Indonesia Kuartal II Tahun 2022 .....	8
Tabel 1.2 Data Pengunjung online shop Blibli.com 2019-2021 .....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator, dan Skala Pengukuran .....	43
Tabel 3.2 <i>Skala Likert</i> .....	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	56
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	57
Tabel 4.6 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Kepercayaan (X1) .....	59
Tabel 4.7 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel sikap (X2).....	59
Tabel 4.8 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel status sosial (X3) .....	60
Tabel 4.9 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel motif pembelian (X4).....	61
Tabel 4.10 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Niat beli kembali (Y).....	62
Tabel 4.11 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Konsep Diri (Z) .....	62
Tabel 4.12 Penjabaran Diagram Jalur dalam Persamaan Matematis .....	67
Tabel 4.14 Hasil analisis Outer Loadings 1 .....	70

Tabel 4.15 Analisis Jalur PLS untuk melihat Outer Model 2 ( <i>ReConvergen Validity</i> ).....	72
Tabel 4.16 <i>Discriminant Validity Cross Loadings</i> .....	73
Tabel 4.17 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> .....	74
Tabel 4.18 Nilai <i>Composite Reliability</i> .....	75
Tabel 4.19 Nilai <i>Cronbach Alpha</i> .....	76
Tabel 4.20 <i>Path Coefficient</i> .....	76
Tabel 4.21 Nilai R Square.....	77
Tabel 4.22 Hubungan Langsung Antara Variabel Kepercayaan, Sikap Status Sosial, Motif Pembelian Terhadap Niat Beli Terhadap Niat Beli Kembali Pada Konsep Diri.....	78
Tabel 4.23 <i>Specific indirect effect</i> .....	83

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen Secara Keseluruhan .....	24
Gambar 2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	25
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	36
Gambar 3.1 Diagram Jalur .....	48
Gambar 4.1 Merancang Model Struktural Variabel Konstruk.....	63
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>Outer Model</i> .....	65
Gambar 4.3 Hasil Uji <i>Outer Model</i> .....	66
Gambar 4.4 Diagram Jalur .....	67
Gambar 4.5 Analisis Jalur PLS untuk melihat Outer Model 1 ( <i>Convergen Validity</i> ).....	70
Gambar 4.6 Analisis Jalur PLS untuk melihat Outer Model 2 ( <i>ReConvergen Validity</i> ).....	71
Gambar 4.7 <i>Diagram path</i> .....	78

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran I Kuisisioner .....	102
Lampiran II Jawaban Responden Variabel Kepercayaan ( $X_1$ ) .....	108
Lampiran III Jawaban Responden Variabel sikap ( $X_2$ ).....	111
Lampiran IV Jawaban Responden Variabel Status sosial ( $X_3$ ).....	115
Lampiran V Jawaban Responden Variabel Motif pembelian ( $X_4$ ) .....	117
Lampiran VI Jawaban Responden Variabel Niat beli kembali (Y) .....	120
Lampiran VII Jawaban Responden Variabel Konsep Diri (Z).....	123
Lampiran VIII Analisis Statistik Inferensial .....	126