

**PENGARUH REPUTASI DAN *WEB QUALITY* TERHADAP KEPERCAYAAN
PELANGGAN**

**(Suatu Studi pada Pelanggan Shopee Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2018
Universitas Galuh Ciamis**

ARTIKEL

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Strata Satu



Oleh,

HERVA RAMA DESTIANA
NIM.3402180042

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2022**

PENGARUH REPUTASI DAN *WEB QUALITY* TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN

(Suatu Studi pada Pelanggan Shopee Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2018
Universitas Galuh Ciamis)

Herva Rama Destiana¹, Apri Budianto², Enjang Nursolih³

¹²³Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis

Hervarama@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh reputasi dan web quality terhadap kepercayaan pelanggan (Suatu Studi pada Pelanggan Shopee Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2018 Universitas Galuh Ciamis). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi (1) Bagaimana pengaruh reputasi website e-commerce terhadap kepercayaan pelanggan aplikasi Shopee Mahasiswa Prodi Manajmene Angkatan 2018 Universitas Galuh (2) Bagaimana -marketing terhadap impulse buying behavior pada Eiger Adventure Store Ciamis (3) Bagaimana pengaruh reputasi dan kualitas website terhadap kepercayaan pelanggan aplikasi Shopee Mahasiswa Prodi Manajmene Angkatan 2018 Universitas Galuh Ciamis. Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengukur pengaruh reputasi website e-commerce terhadap kepercayaan pelanggan aplikasi Shopee Mahasiswa Prodi Manajmene Angkatan 2018 Universitas Galuh. (2) Untuk mengukur pengaruh kualitas website e-commerce terhadap kepercayaan pelanggan aplikasi Shopee Mahasiswa Prodi Manajmene Angkatan 2018 Universitas Galuh (3) Untuk mengukur pengaruh reputasi dan kualitas website terhadap kepercayaan pelanggan aplikasi Mahasiswa Prodi Manajmene Angkatan 2018 Universitas Galuh. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey eksplanatory dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis deskriptif dan verifikatif meliputi analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien korelasi berganda, analisis regresi berganda, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis menggunakan uji signifikansi (Uji t dan Uji F). Hasil dari penelitian menunjukkan reputasi dan web quality berpengaruh baik secara parsial dan simultan terhadap kepercayaan pelanggan pada pelanggan Shopee Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2018 Universitas Galuh Ciamis. Dari perhitungan analisis koefisien korelasi sederhana tingkat hubungannya kuat. Artinya semakin baik reputasi dan web quality maka kepercayaan pelanggan akan meningkat. Sebaiknya pihak shopee meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan spesifikasi produk yang tertera, dan meningkatkan ketepatan waktu pengiriman produk sesuai dengan estimasi pengiriman yang diinformasikan Shopee

Kata Kunci: *Web Quality, Reputasi, dan Kepercayaan Pelanggan*

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Dharma. 2006. *Manajemen Supervisi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Agus, Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Agustina Shinta. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press. Malang.
- Alhasanah, J. U., Kertahadi, & Riyadi. (2014). *Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada Konsumen www.getscope.com)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 15(2), 1–10.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andi Iswadi dan Rahayu Tiasity (2015). *Analisis Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderas*. *Jurnal Vol 15 No. 2*. Universitas Slamet Riyadi Suryakarta
- Akhmad Subkhi dan Moh. Jauhar, 2013. *Pengantar Teori dan Perilaku Organisasi*, Jakarta : Prestasi Pustaka
- Aryska, Mertha. *Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Kasus Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru)*. *JOM FISIP* Vol. 4 No. 1
- Apri Budianto, M.M. 2015 *Manajemen Pemasaran*. Edisi Revisi. Penerbit Ombak: Yogyakarta.
- Apriyani, N dan Muhsin, A. 2017. *Analisis Pengendalian Persediaan bahan Baku dengan Metode Economic Order Quantity dan Kanban pada PT. Adyawinsa Stamping Industries*. *Jurnal OPSI* Vol 10 No 2. Yogyakarta
- Assauri, Sofjan. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali-Gramedia Pustaka Utama.
- Bavarsad, Belghis., Rahimi, Farajollah., Mennatyan, Mohammad Ali., 2013. *A Study of the Effects of Website's Perceived Features on the Intention to Use Eshopping World Applied Programming*. Vol (3), Issue (6). 252-263
- Boone, Louis E. Kurtz, David L. 2008. *Pengantar Bisnis Kontemporer*, buku 1. Salemba Empat. Jakarta.
- Budi Raharjo, 2011, *Belajar Otodidak Membuat Database Menggunakan MySQL, Informatika*: Bandung
- Donni Juni Priansa. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Set
- Gregg, D.G. & Walczak, S. 2010. *The relationship between website quality, trust and price premiums at online auctions*. *Journal Electronic Commerce Research*. 10(1), pp. 1-25
- Gurviesz, A., & Korchia, M. (2011). *Proposal for Multidimensional Brand Trust Scale*. 32nd Emac-Conference (p. 145). Glasgow: Emac.
- Handoko, T. Hani. 2016. *Manajemen*. Yogyakarta : BPFE
- Hasibuan, Malayu Sp. 2012. *Manajemen SDM. Edisi Revisi*. Cetakan Ke Tigabelas. Jakarta. Bumi Aksara

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>

- I Putu Aging Afriliansyah. 2017. *Pengaruh Reputasi dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas dan Retensi Pelanggan (Studi Kasus Pada Bank Bri Kc. Blimbing Malang)*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (Stie) Malangkuçeçwara Malang.
- Jarvenpaa, S. L., N. Tractinsky. 1999. *Consumer Trust in Internet Store: A CrossCultural Validation*. J. Comput-Mediated Comm.Vol. 5(2). 1-33
- Jasfar. 2012. *9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*. Salemba Empat: Jakarta
- J. Partogi, *Manajemen modern dengan scrum*. yogyakarta: ANDI, 2015
- Kadek Ciptadi Sujana dan Ni Wayan Sri Suprapt (2016) *Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Pengaruh Kualit As Situs Terhadap Niat Konsumen Untuk Berbelanja Di Situs Zalora*. Jurnal Vol 5 No. 1 Universitas Undayana Bali
- Kasmir. (2012), *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009). *Marketing Management In Global*. Edition (Vol. 15E. Issue _____ (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga
- _____ (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- M. Mursid, 2014, *Manajemen Pemasaran*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Mowen, J.C., dan Minor, M. 2012. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Nanto Purnomo, Mohammad Arief, Pribanus Wantara. 2019. *Analisis Kualitas Website dan Reputasi Vendor Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pembeli Online Tokopedia di Kabupaten Lamongan)*. JSMB Vol. 6 (1) 2019 hlm. 8-14
- Nawawi, 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Untuk Bisnis Yang Kompetitif*. Yogyakarta: Gajahmada University
- Oentoro, Deliyanti. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Oktari, Sahnaz. 2018. *Pengaruh Kepercayaan, E-Service Quality, dan Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian Di Lazada Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sumatera Utara Medan*. Skripsi. Program Studi Strata 1 Manajemen Ekstensi Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara Medan
- Rivai, Veithzal. 2011, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan: dari Teori ke Praktik*, Jakarta : RajaGrafindo Persada
- Robbins, P. Stephen dan Mary Coulter. 2010. *Manajemen*. diterjemahkan oleh Bob Sabran, Wibi Hardani. Erlangga: Jakarta
- Robbins dan Judge, 2011, *Perilaku Organisasi*, Edisi 12, Salemba Empat
- Rosidah. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Roy, Marthin Tarigan, *Pengaruh Citra Merek Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian*, (Jurnal Program Strata-1 Manajemen Ekstensi Departemen Menejemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara, 2014.
- R. Terry, George dan Leslie W.Rue. *Dasar-Dasar Manajemen*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2010)
- Schein, Edgar H. 2010. *Organizational Culture and Leadership*. Jossey Bass. San Francisco.
- Sudaryono, 2017. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Siagian, H., & Cahyono, E. 2014. *Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalty Pelanggan Online Shop*. Jurnal Manajemen Pemasaran.

- Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility: from Charity to sustainability*. Jakarta: Salemba Empat
- Simamora Virgo dan Celeste, (2017). *Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening* (Studi Kasus Pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Galon Merek Aqua di Kecamatan Tanjung Priok Jakarta Utara). *Jurnal* Vol 2 No. 2.
- Sujana, Kadek Ciptadi dan Ni Wayan Sri Suprapti. 2016. *Peran Kepercayaan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Situs Terhadap Niat Konsumen Untuk Berbelanja Di Situs Zalora*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 595– 622
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____ (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV.
- _____ (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- _____ (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- _____ (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- _____ (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta
- Sumarni, Murti dan Salamah Wahyuni, 2006, *Metodologi Penelitian Bisnis*, edisi pertama, Yogyakarta, Andi Offset.
- Sumarwan, Ujang, dkk. 2011. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suyanto. M, 2003, *Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Andi Yogyakarta
- Tarigan, Roy Marthin.2014. *Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Program Studi Strata-1 Manajemen Ekstensi Departemen Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatra Utara*.
- Tarigan Josua, Samuel Hatane. 2014 . *Pengungkapan Sustainability Report dan Kinerja Keuangan*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Universitas Kristen Petra Surabaya*. Vol. 16. No. 2 : 88-101.
- Tjiptono, Fandy, 2011, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tiastity, Rahayu dan Iswadi, Andi. 2015. *Analisis Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderasi*. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol 15(2).
- Tirtayani, I. G. A., & Sukaatmadja, I. P. G. (2018). *The Effect Of Perceived Website Quality, E-Satisfaction, And E-Trust Towards Online Repurchase Intention*. Garuda.

- Urde, Mats, and Stephen A. Greyser. 2014. The Corporate Brand Identity and Reputation Matrix - The Case of Nobel Prize. *Journal of Brand Management*, Volume 23, Nomor 1.
- Yulandra, Tri. Syaf dan Heryati, Rice. 2020. *Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rio Mini Market di Lubuk Basung Kabupaten Agam*. JM Vol 2(4).
- Zhang, X. (2009, April-June). *A Model of the Relationship among Consumer Trust, Web Design and User Attributes*. *Journal of Organizational and End User Computing*. 21(2), 44-66
- Zuyina Zalni dan Abror, 2019. *Pengaruh Reputasi, Electronic Word of Mouth dan Web Quality Terhadap Kepercayaan Pelanggan Shopee di Kota Padang*. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*. Volume 01 (02)