PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP* DAN MINAT BELI BARANG *ONLINE* TERHADAP KEPERCAYAAN PEMBELIAN PADA STUDIO *OLSHOP* BINJAI

SKRIPSI

Oleh

DARA JUWITA MAHARANI
2129081010/MNJ

FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN
MEDAN
2025

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP* DAN MINAT BELI BARANG *ONLINE* TERHADAP KEPERCAYAAN PEMBELIAN PADA STUDIO *OLSHOP* BINJAI

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Manajemen
Universitas Tjut Nyak Dien

Oleh

DARA JUWITA MAHARANI
2129081010/MNJ

FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN
MEDAN
2025

LEMBAR PENGESAHAN

JudulSkripsi	: PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP* DAN MINAT BELI BARANG *ONLINE* TERHADAP KEPERCAYAAN PEMBELIAN PADA STUDIO *OLSHOP* BINJAI
NamaMahasiswa	: Dara Juwita Maharani
NomorPokokMahasiswa	: 2129081010
Program Studi	: Manajemen

Mengetahui

Komisi Pembimbing

(Riella Yunita, S.E., M.Si)
Dosen Pembimbing I

(Uswatun Hasanah, S.Pd., M.Si)
Dosen Pembimbing II

Ketua Program Studi

(Khamo Waruwu, S.E., M.M)

Dekan

(Dr. Dahria Kusuma Dewi, S.H., M.H)

FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN MEDAN

BERITA ACARA UJIAN

UNTUK MEMPERTAHANKAN SKRIPSI BAGI MAHASISWA FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN

Panitia Ujian Skripsi Mahasiswa
Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Tjut Nyak Dhien
Dalam Sidangnya yang Diselenggarakan Pada:

Hari/Tanggal	**: Kamis 20 Februari 2025**
NamaMahasiswa	**: Dara Juwita Maharani**
NomorPokokMahasiswa	**: 2129081010**
Program Studi	**: Manajemen**
JudulSkripsi	**: Pengaruh *Customer Relationship* Dan Minat Beli Barang Online Terhadap Kepercayaan Pembelian Pada Studio *Olshop* Binjai**

Ditetapkan : **(B+) Lulus Yudisium**

( ) Lulus Bersyarat, Memperbaiki Mengulang

Tanggal:

( ) Tidak Lulus

Panitia Ujian/Tim Penguji
Ketua

(Khamo Waruwu, S.E., M.M)

Anggota

(Uswatun Hasanah, S.Pd., M.Si)

Anggota

(MellaYunita, S.E., M.Si)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Dara Juwita Maharani
NPM	: 2129081010
Fakultas	: Bisnis dan Humaniora
Program Studi	: Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh *Customer Relationship* Dan Minat Beli Barang *Online* Terhadap Kepercayaan Pembelian Pada Studio Olshop Binjai", adalah skripsi karya ilmiah saya sendiri dan bukan merupakan plagiat atau milik orang lain, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya dengan benar dan jelas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya, apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia mendapati sanksi dengan ketentuan dan peraturan perundangan yang berlaku.

Medan, 20 Februari 2025



Dara Juwita Maharani

NPM : 2129081010

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama	: Dara Juwita Maharani
NPM	: 2129081010
Fakultas	: Bisnis dan Humaniora
Program Studi	: Manajemen
Nomor Telepon/WA	: 0853 6227 4478
Jenis Kelamin	: Perempuan
Tempat/Tgl. Lahir	: Medan, 27 Februari 2003
Agama	: Islam
Alamat	: Jl Danau Laut Tawar Lk V

Riwayat Pendidikan

SD Negeri 028226
SMP Negeri 12 Binjai
SMK Negeri 1 Binjai

Medan, 20 Februari 2025

Dara Juwita Maharani

ABSTRAK

Dara Juwita Maharani, 2129081010, Analisis pengaruh *customer relationship* Dan minat beli barang *online* terhadap kepercayaan pembelian pada Studio *Olshop* Binjai, Universitas Tjut Nyak Dhien 2025.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *customer relationship* Dan minat beli barang *online* terhadap kepercayaan pembelian

Penelitian ini dilakukan di Toko Studio *Olshop* Binjai Jalan. Medan-Binjai Km 15 Diski Gg.jambu/Gg.family 2. Populasi penelitian ini dalah pelanggan yang dating berbelanja pada Toko Studio *Olshop* Binjai , dengan sampel 96 responden, insturmen penelitian adalah angket dengan model skala likert. Metode analisis data menggunakan uji analisis data, regresi linier berganda, asumsi klasik, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa C*ustomer relationship* dan Minat beli berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepercayaan pembelian pada Studio *Olshop* Binjai *Customer relationship* dan minta beli berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap kepercayaan pembelian pada Studio *Olshop* Binjai.

Kata Kunci : *Customer Relationship*, Minat Beli, Kepercayaan Pembelian

ABSTRACT

Dara Juwita Maharani, 2129081010, Analysis of the influence of customer relationships and interest in buying online goods on purchasing confidence at Studio Olshop Binjai, Tjut Nyak Dhien University 2025

The purpose of this study was to determine the effect of customer relationship and interest in buying online goods on purchasing confidence.

This study was conducted at the Studio Olshop Binjai Store, Jalan. Medan-Binjai Km 15 Diski Gg.jambu/Gg.family 2. The population of this study were customers who came to shop at the Studio Olshop Binjai Store, with a sample of 96 respondents, the research instrument was a questionnaire with a Likert scale model. The data analysis method used data analysis tests, multiple linear regression, classical assumptions, hypothesis tests and determination coefficient tests.

The results of the study show that Customer relationship and Purchase interest have a significant positive effect partially on purchasing confidence at Studio Olshop Binjai. Customer relationship and purchase interest have a significant positive effect simultaneously on purchasing confidence at Studio Olshop Binjai.

Keywords: *Customer Relationship, Purchase Interest, Purchase Confidence*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat, rahmat dan karunia-nya, hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **" Pengaruh *Customer Relationship* Dan Minat Beli Barang Online Terhadap Kepercayaan Pembelian Pada Studio *Olshop* Binjai."** Adapun maksud dari penulisan ini sebagai salah satu syarat guna melengkapi tugas-tugas serta memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Tjut Nyak Dhien.

Penulis menyadari bahwa penelitian dan penyusunan tugas akhir ini cukup mengalami banyak kesulitan, akan tetapi atas bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sebagai mestinya. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimah kasih kepada:

1. Bapak Dr. Irwan Agusnu Putra, S.P., M.P selaku Rektor Universitas Tjut Nyak Dhien.
2. Ibu Dr. Dahlia Kusuma Dewi, S.H., M.M. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Tjut Nyak Dhien.
3. Bapak Khamo Waruwu,, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Tjut Nyak Dhien dan selaku dosen penguji.
4. Ibu Mella Yunita, S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing I yang meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing serta mendidik dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

5. Ibu Uswatun Hasanah, S.Pd.,M.Si selaku dosen pembimbing II yang meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing serta mendidik dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Bpk Menherlish Jhondry & Ibu wiwik Salbiah dua nama yang selalu tersimpan dihati saya Ayah dan Bunda,skripsi ini Dara persembahkan dengan ketulusan dan keikhlasan hati Dara untuk kuliah sampai selesai seperti keinginan Ayah sm Bunda. juga yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan uang untuk membiayai dari awal Sekolah Dasar (SD) hingga ke Perguruan Tinggi, dan yang telah mengisi dunia Dara dengan begitu banyak doa baik juga kebahagiaan sehingga seumur hidup tidak cukup untuk menikmati semuanya,terutama untuk semangat dan dukungannya yang tidak pernah usai buat Dara.

Medan, 20 Februari 2025

DARA JUWITA MAHARANI
2129081010/MNJ

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK ..... **i**
ABSTRACT ..... **ii**
KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **v**
DAFTAR TABEL ..... **vii**
DAFTAR GAMBAR ..... **viii**

BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Identifikasi Masalah 7
C. Batasan Masalah 7
D. Rumusan Masalah 8
E. Tujuan Penelitian 8
F. Manfaat Penelitian 9

BAB II LANDASAN TEORITIS **10**
A. Kepercayaan Pembelian 10
B. *Customer Relations* 13
C. Minat Beli 15
D. Penelitian Terdahulu 18
E. Kerangka Konseptual 19
F. Hipotesis 20

BAB III METODE PENELITIAN **21**
A. Jenis Penelitian 21
B. Lokasidan Waktu Penelitian 21
C. Populasi Dan Sampel 21
D. Definisi Operasional 23
E. Teknik Pengumpulan Data 25
F. Teknik Analisa Data 26
G. Analisis Regresi Berganda 27
H. Pengujian Hipotesis Penelitian 28
I. Asumsi Klasik 29
J. Koefisien Determinasi 31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **36**
A. Sejarah Perusahaan 36
B. Hasil Penelitian 36
C. Hasil Uji Kualitas Data 38

D. Analisis Regresi Berganda 43
E. Asumsi Klasik..... 44
F. Pengujian Hipotesis..... 46
G. Pengujian Determinasi 48
H. Pembahasan 49

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....53
A. Simpulan.....53
B. Saran.....54

DAFTAR PUSTAKA.....55

DAFTAR TABEL

No **Judul** **Halaman**

1. Daftar Pengunjung *E-Commerce* 2
2. Daftar Transaksi 6
3. Daftar Produk Dan Jumlah Pembeli 7
4. Penelitian Terdahulu 18
5. Definisi Operasional Variabel 21
6. Distribusi Koesioner 39
7. Jenis Kelamin Responden 39
8. Usia Responden 40
9. Pekerjaan Responden 40
10. Uji Validitas Kepercayaan Pembelia 41
11. Uji Validitas *Customer Relationship* 42
12. Uji Validitas Minat Beli 42
13. Uji Reabilitas 43
14. Analisis Regresi Berganda 43
15. *Kolmogorof- Smirnov Test* 45
16. Uji Multikolineritas 45
17. Hasil Uji T (Uji Parsial) 47
18. Hasil Uji F (Uji Simultan). 48
19. Koefisien Determinasi 48

DAFTAR GAMBAR

No **Judul** **Halaman**

1. Kerangka Konseptual 20
2. Struktur Organisasi..... 37
3. *Scatter Plot* 46