

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SECARA *ONLINE*
(Studi pada Konsumen *E-Commerce* Shopee)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank
Semarang



Oleh :

Nama : Farida Mey Megasari Subiyanto Putri
NIM : 17.05.51.0141
Program Studi : S.1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK)
SEMARANG
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN



Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti pendadaran skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SECARA
*ONLINE***

(Studi Pada Konsumen *E-Commerce* Shopee)

Oleh :

Nama : Farida Mey Megasari Subiyanto Putri

NIM : 17.05.51.0141


Program Studi S.1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank

Semarang

Semarang, 16 Februari 2021

Dosen Pembimbing,



Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E., M.Kom.

NIDN : 0622056601

HALAMAN PENGESAHAN



PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SECARA ONLINE

(Studi pada Konsumen *E-Commerce* Shopee)

Oleh :

Nama : Farida Mey Megasari Subiyanto Putri

NIM : 17.05.51.0141

Program Studi Strata 1 (S1) Manajemen

Hasil penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pandadaran Skripsi dan skripsi telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal : 24 Februari 2021

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Penguji I

Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E., M.Kom.

NIDN : 0622056601

Penguji II

Prof., Dr. M. Surkamta Eric Santosa, MBA.

NIDN : 0008105210

Penguji III

Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si.

NIDN : 0027037101



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si.

NIDN : 0027037101

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Farida Mey Megasari Subiyanto Putri

Nim : 17.05.51.0141

Program Studi : S.1 Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya ajukan dengan judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SECARA *ONLINE*** tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil secara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulisan ini, yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi.

Semarang, 16 Februari 2021

Yang menyatakan,



(Farida Mey Megasari Subiyanto Putri)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri (QS. Ar Ra'd : 11)
- Seberat apapun beban ini sekarang, bertahanlah demi hal-hal kecil yang ingin dilakukan suatu saat.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Bapak dan ibu tercinta yang senantiasa memberikan dukungan dan kasih sayangnya dalam mendidik saya selama ini dengan perjuangan tanpa mengharapkan balas budi apapun.
2. Seluruh keluarga dan kakak-kakak saya yang telah memberikan dukungan kepada saya.
3. Segenap dosen Unisbank yang selalu membantu saya dalam meraih pendidikan sarjana selama saya kuliah dibangku kuliah.
4. Sahabat dan rekan-rekan seperjuangan saya serta semua pihak terkait yang sudah membantu, memberikan dukungan, motivasi, dan semangat yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu.

Terimakasih untuk semuanya.

ABSTRAKSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SECARA ONLINE (Studi pada Konsumen *E-Commerce* Shopee)

Farida Mey Megasari Subiyanto Putri
17.05.51.0141

Shopee merupakan *E-Commerce* yang menawarkan berbagai macam produk dan pelayanan untuk membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kepercayaan, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk *online* pada *E-Commerce* Shopee. Metode pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Kriteria yang digunakan yaitu orang dewasa berusia minimal 17 tahun dan pernah melakukan pembelian di *E-commerce* Shopee minimal 2 kali. Pengumpulan data primer dilakukan dengan penyebaran kuesioner sebagai instrumen penelitian. Analisis data menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Secara parsial variabel kualitas produk (X1) dan variabel persepsi harga (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada konsumen *E-Commerce* Shopee. Sedangkan variabel kepercayaan (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen *E-Commerce* Shopee. Pada penelitian ini variabel persepsi harga memiliki pengaruh yang paling dominan dalam keputusan pembelian produk *online* pada *E-Commerce* Shopee.

Kata kunci : kualitas produk, kepercayaan, persepsi harga, keputusan pembelian.

ABSTRACT

EFFECT OF PRODUCT QUALITY, TRUST, AND PRICE PERCEPTION ON ONLINE PRODUCT PURCHASING DECISIONS

(Study on Consumer E-Commerce Shopee)

Farida Mey Megasari Subiyanto Putri

17.05.51.0141

Shopee is an E-Commerce that offers a wide range of products and services to help meet the daily needs of the community. This study aims to analyze the influence of product quality, trust, and price perception on online product purchasing decisions at Shopee E-Commerce. Sampling method of this research using purposive sampling technique with the number of samples as many as 100 respondents. The criteria used are adults at least 17 years old and have made a purchase at Shopee E-commerce at least 2 times. Primary data collection is carried out by distributing questionnaires as research instruments. Data analysis uses multiple linear regression analysis methods. Partially, product quality variables (X1) and price perception variables (X3) have a positive effect on purchasing decisions in Shopee E-Commerce consumers. While the trust variable (X2) has no effect on purchasing decisions on Shopee E-Commerce consumers. In this study variable price perception had the most dominant influence in the decision of purchasing online products at E-Commerce Shopee.

Keywords: *product quality, trust, price perception, purchasing decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunianya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul : “Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online* (Studi Pada Konsumen *E-Commerce* Shopee)”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Manajemen Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang. Dalam penulisan skripsi ini tidak luput dari kendala yang dihadapi, tetapi dengan adanya dukungan dari orang-orang sekitar, skripsi ini dapat terselesaikan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Safik Faozi, S.H., M.Hum. selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
2. Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
3. Sri Sudarsi, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Stikubank Semarang.
4. Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E., M.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Kedua orang tua dan kakak saya atas doa, dukungan, dan motivasinya serta bantuan dalam segi materi sehingga bisa menyelesaikan perkuliahan dan mendapatkan gelar Sarjana Manajemen.
6. Semua pihak terkait yang sudah memberikan dukungan, motivasi, dan semangat yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan ketidak sempurnaan dalam skripsi ini. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya kemampuan dan pengetahuan yang ada pada diri penulis. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangatlah penulis harapkan dari semua pihak.

Sebagai akhir kata penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa dan mahasiswi serta pihak-pihak lain yang melakukan penelitian ini dalam bidang ekonomi.

Semarang, 16 Februari 2021

(Farida Mey Megasari Subiyanto Putri)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	8
1.3. Batasan Masalah Penelitian	8
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS	
2.1. Tinjauan Pustaka	11
2.1.1. Keputusan Pembelian	11
2.1.2. Kualitas Produk	14
2.1.3. Kepercayaan	15
2.1.4. Persepsi Harga	17
2.2. Penelitian Terdahulu	18
2.3. Pengembangan Hipotesis	22
2.4. Model Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Objek Penelitian	26
3.2. Jenis Penelitian	26

3.3. Populasi dan Pengambilan Sampel	27
3.4. Jenis dan Teknik Pengambilan Data	28
3.5. Definisi Konsep, Operasional, dan Pengukuran Variabel	29
3.6. Rencana Analisis Data	31
3.7. Uji Instrumen Penelitian	31
3.8. Teknik Analisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Analisis Deskriptif	35
4.2. Uji Instrumen	39
4.2.1. Uji Validitas	39
4.2.2. Uji Reliabilitas	40
4.3. Analisis Data	41
4.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda	41
4.3.2. Uji Model	43
4.4. Pembahasan	45
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	48
5.2. Keterbatasan Penelitian	48
5.3. Implikasi Penelitian	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1. Definisi Konsep dan Operasional Variabel	29
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	35
Tabel 4.2. Deskriptif Statistik Kualitas Produk	36
Tabel 4.3. Deskriptif Statistik Kepercayaan	37
Tabel 4.4. Deskriptif Statistik Persepsi Harga	38
Tabel 4.5. Deskriptif Statistik Keputusan Pembelian	38
Tabel 4.6. Uji Validitas	39
Tabel 4.7. Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.8. Analisis Regresi Linier Berganda	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Peta <i>E-Commerce</i> Indonesia	1
Gambar 1.2. Penilaian Produk	3
Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen	11
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran Penelitian	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	52
Lampiran 2 Data Responden	58
Lampiran 3 Hasil Tabulasi dan Jawaban Responden	62
Lampiran 4 Uji Frekuensi	67
Lampiran 5 Deskriptif Statistik	70
Lampiran 6 Uji Validitas	73
Lampiran 7 Reliabilitas	82
Lampiran 8 Uji Regresi Linier Berganda	91
Lampiran 9 Kegiatan Bimbingan	93