

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA E-COMMERCE SHOPEE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

**Ade Natasha Putri Angraini
170910180**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA E-COMMERCE SHOPEE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



Oleh:

**Ade Natasha Putri Angraini
170910180**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Ade Natasha Putri Angraini
NPM : 170910180
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat dengan judul :

Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Kota Batam

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 17 Juli 2021

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular stamp. The stamp contains the text 'KEMENTERIAN HIGIENISASI DAN KESEHATAN' and 'KOTA BATAM'.

Ade Natasha Putri Angraini
170910180

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA E-COMMERCE SHOPEE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Ade Natasha Putri Angraini
170910180**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini**

Batam, 17 Juli 2021



**Hikmah, S.E., M.Si.
Pembimbing**



ABSTRAK

Era globalisasi yang kini semakin pesat telah merubah kehidupan dalam berbagai aspek, seperti transportasi, perdagangan, komunikasi elektronik dan lainnya. Dengan adanya marketplace, konsumen merasa dimudahkan dan diuntungkan karena dengan adanya hal ini konsumen dapat memenuhi kebutuhan hidup tanpa harus mendatangi atau mengunjungi toko yang menyediakan barang tersebut. Shopee berhasil menjadi marketplace terpopuler di Indonesia di Juni 2020. Marketplace asal Singapura itu mengalahkan para pesaingnya dalam segi jumlah pengguna bulanan dan jumlah unduhan aplikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee di Kota Batam. Penelitian melakukan penelitian dengan jumlah sampel 385 responden berdasarkan non probability sampling dengan pengambilan sampel purposive. Metode analisis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Uji kualitas data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji pengaruh menggunakan uji regresi linier berganda dan uji koefisien determinasi, sedangkan uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t dan f. tes. Dengan menggunakan software statistik SPSS 26. Berdasarkan hasil penelitian uji-t menunjukkan kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar $8,838 > 1,966$ dan signifikan dengan nilai sig t sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan kualitas informasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar $8,524 > 1,966$ dan signifikan dengan nilai sig t $0,000 < 0,05$ dan hasil uji F berupa nilai $299,687 > F$ tabel $2,628$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas informasi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: kepercayaan; keputusan pembelian; kualitas informasi

ABSTRACT

The era of globalization is now increasing rapidly changing life in various aspects, such as transportation, trade, electronic communication, and others. With the existence of a marketplace, consumers feel facilitated and benefited because, with this, consumers can fulfill their needs without having to go to or visit the store that sell the goods. Shopee managed to become the most popular marketplace in Indonesia in June 2020. The Singapore-based marketplace beat its competitors in terms of the number of monthly users and the number of application downloads. This study aims to determine whether there is an influence of trust and quality of information on purchasing decisions at Shopee e-commerce in Batam City. Researches conducted research with a total sample of 385 respondents based on the non probability sampling with sampling purposive. The method of the analysis was carried out using multiple linear regression analysis. The data quality test in this study used validity and reliability tests, the assumption tests in this study were normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test and effect test using multiple linear regression and determination coefficient tests, while hypothesis testing in this study used t and f tests. Using statistical software SPSS 26. Based on “t” Test, trust had a positive effect on purchase decision with the score of $8,838 > 1,966$ and significant with a sig t-score $0,000 < 0,05$. While the quality of information has a positive effect on purchase decisions of $8.524 > 1.966$ and is significant with a sig t score of $0.000 < 0.05$ and the F test results score is $299.687 > F$ table 2.628 with a significant value of $0.000 < 0.05$, which indicates that the trust and quality of information have a simultaneous and significant effect on purchasing decisions.

Keyword: *Purchase Decision; Quality of Information; Trust.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panajatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi sastra satu (S1) pada Progam Studi Manajemen di Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa proposal ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih pada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku PLT Dekan Fakultas Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Ibu Hikmah, S.E ., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis;
6. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan semangat untuk saya;
7. Teman-teman yang senantiasa memberikan motivasi dan dorongan untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini;
8. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan serta bantuan selama penyusunan tugas akhir ini. Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa membalas kebaikan dan selalu memberikan keberkahan serta mencurhakan nikmat-Nya. Amin.

Batam, 17 Juli 2021

Ade Natasha Putri Angraini
170910180



DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.6.1 Secara Teoritis.....	7
1.6.2 Secara Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kajian Teori.....	9
2.1.1 Kepercayaan	9
2.1.1.1 Pengertian Kepercayaan.....	9
2.1.1.2 Faktor Yang Memengaruhi Kepercayaan.....	10
2.1.1.3 Indikator Kepercayaan	10
2.1.2 Kualitas Informasi.....	11
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Informasi.....	11
2.1.2.2 Indikator-indikator Kualitas Informasi	11
2.1.3 Keputusan Pembelian	12
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	12
2.1.3.2 Faktor Yang Memengaruhi Kualitas Informasi	13
2.1.3.3 Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian	13
2.1.3.4 Indikator Keputusan Pembelian	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Kerangka Pemikiran	16
2.3.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	16
2.3.2 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian	16
2.3.3 Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	16
2.4 Hipotesis.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1. Jenis Penelitian.....	18
3.2. Sifat Penelitian	18
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian.....	18
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	18
3.3.2 Periode Penelitian	19

3.4.	Populasi dan Sampel.....	19
3.4.1	Populasi	19
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel	20
3.4.3	Teknik Sampling.....	20
3.5.	Sumber Data	21
3.6.	Metode Pengumpulan Data	21
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	21
3.8.	Metode Analisis Data	22
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	22
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	23
3.8.2.1	Uji Validitas.....	23
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	24
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	24
3.8.3.1	Uji Normalitas Data.....	24
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	24
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	25
3.8.4	Uji Pengaruh.....	25
3.8.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda	25
3.8.4.1	Analisis Determinasi (R ²)	25
3.9.	Uji Hipotesis.....	26
3.9.1	Uji T.....	26
3.9.2	Uji F.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		27
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	27
4.1.1	Sejarah Objek Penelitian.....	27
4.1.2	Logo Perusahaan.....	27
4.1.3	Visi dan Misi Objek Penelitian	27
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden	28
4.2.1	Profil Responden Berdasar Jenis Kelamin	28
4.2.2	Profil Responden Berdasar Usia	28
4.2.3	Profil Responden Berdasar Jenis Pekerjaan	29
4.2.4	Profil Responden Berdasar Pendapatan Perbulan	29
4.2.5	Profil Responden Berdasar Kuantitas Pembelian di Shopee Dalam Setahun	30
4.2.6	Profil Responden Berdasar Jenis Atau Kategori Barang Yang Dibeli Pada Shopee.....	31
4.2.7	Profil Responden Berdasar Rata-rata Pengeluaran Pertahun Belanja Pada Shopee.....	32
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden.....	33
4.3.1	Analisis Deskriptif.....	33
4.3.1.1	Deskripsi Kepercayaan (X1)	33
4.3.1.2	Deskripsi Kualitas Informasi (X2)	34
4.3.1.3	Deskripsi Keputusan Pembelian (Y)	35
4.4.	Analisis Data	36
4.4.1	Uji Kualitas Data.....	36

4.4.1.1	Uji Validitas.....	36
4.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	37
4.4.2	Hasil Uji Asumsi Klasik	37
4.4.2.1	Hasil Normalitas Data	37
4.4.2.2	Hasil Uji Multikolinearitas	39
4.4.2.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	39
4.4.3	Uji Pengaruh.....	40
4.4.3.1	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	40
4.4.3.2	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	40
4.5.	Uji Hipotesis.....	41
4.5.1	Uji T.....	41
4.5.2	Uji F.....	42
4.6.	Pembahasan	42
4.7.	Implikasi.....	43
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		45
5.1.	Simpulan	45
5.2.	Saran	45
DAFTAR PUSTAKA		
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	17
Rumus 3.1 Sampel Cochran	20
Rumus 3.2 Rentang Skala	22
Gambar 4.1 Logo Shopee	27
Gambar 4.2 Histogram	37
Gambar 4.3 P-P plot	38

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	19
Tabel 3.2 Skala Likert	21
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	21
Tabel 3.4 Rentang Skala Penelitian.....	23
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasar Jenis Kelamin	28
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasar Usia	28
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasar Jenis Pekerjaan	29
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	30
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasar Kuantitas Pembelian di Shopee	30
Tabel 4.6 Identitas Responden Berdasar Jenis Atau Kategori Barang Yang Dibeli Pada Shopee.....	31
Tabel 4.7 Identitas Responden Berdasar Rata-rata Pengeluaran Pertahun Belanja Pada Shopee	32
Tabel 4.9 Distribusi Tanggapan Kuesioner Kepercayaan (X1).....	33
Tabel 4.10 Distribusi Tanggapan Kuesioner Kualitas Informasi (X2)	34
Tabel 4.11 Distribusi Tanggapan Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)	35
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas	36
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	38
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	39
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Glejser</i>	39
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	40
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	40
Tabel 4.19 Hasil Uji t	41
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	42

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Sampel Cochran	20
Rumus 3.2 Rentang Skala	22