

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Yoane Caswen
170910224**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Yoane Caswen
170910224**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Yoane Caswen
NPM : 170910224
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE DI
KOTA BATAM”**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam 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 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, 30 July 2021



Yoane Caswen
170910224

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Yoane Caswen
170910224**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 30 July 2021



Heryenzus, S.Kom., M.Si.
Pembimbing

ABSTRAK

Pemasaran secara tegas diidentifikasi dengan mengenali dan menangani kebutuhan individu dan masyarakat. Pemasaran juga dapat dikatakan sebagai peluang yang memuaskan kebutuhan secara menguntungkan. Saat ini pemasaran bukan hanya dilakukan ketika penjual dan pembeli bertemu secara langsung. Maraknya penjualan secara *online* membuka peluang bisnis yang semakin luas. Salah satunya pemasaran pakaian secara *online* pada toko Allyouneeds.idn. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor kualitas produk dan faktor kepercayaan dimana mempengaruhi keputusan pembelian produk pakaian pada toko *online* Allyouneeds.idn. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah *Simple Random Sampling*, dengan perolehan sebanyak 152 responden. Alat ukur yang digunakan terdapat 5 poin menggunakan skala likert. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji kualitas data pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik pada penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas serta uji pengaruh menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi (R^2), untuk uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji t dan uji F dengan bantuan *software* statistik SPSS 26. Berdasarkan penelitian ini didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli dan dari t hitung ($2,855$) > t tabel ($1,655$) juga nilai signifikansi $0,005 < 0,05$, serta kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian t hitung ($5,252$) > t tabel ($1,655$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kepercayaan, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk

ABSTRACT

Marketing is clearly identified by recognizing and addressing the needs of individuals and society. Marketing can also be regarded as an opportunity that satisfies a need profitably. Currently, marketing is not only done when sellers and buyers meet face-to-face. The rise of online sales opens up wider business opportunities. One of them is online clothing marketing at the Allyouneeds.idn store. This study aims to determine the factors of product quality and trust factors which influence purchasing decisions for clothing products at the Allyouneeds.idn online store. The sampling technique used in this study is Simple Random Sampling, with the acquisition of 152 respondents. The measuring instrument used is 5 points using a Likert scale. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, the chest data quality test of this study uses validity and reliability tests, the classical assumption test in this study uses normality test, uni multicollinearity and heteroscedasticity test and the effect test uses multiple linear regression analysis and coefficient analysis. determination (R^2), to test the hypothesis in this study using the t test and F test with the help of SPSS 26 statistical software. Based on this study, the results showed that product quality had a positive and significant effect on buyer decisions and from t count (2.855) > t table (1.655) also has a significance value of $0.005 < 0.05$, and trust has a positive and significant effect on purchasing decisions t count (5.252) > t table (1.655) and a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: *Trust, Purchase Decision, Product Quality*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur pada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian secara online di Kota Batam” yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S 1) pada Program Studi 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 skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Michael Jibrael Rorong, S.T., MI.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Heryenzus, S.Kom., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Ibu Hikmah, S.E., M.Si. selaku pembimbing Akademik Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
7. Kedua orang tua yang telah mendukung, mendoakan dan selalu memberi semangat selama ini sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini;
8. Teman-teman yang telah membantu dan mendukung penulis
9. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan selalu melimpahkan berkat dan rahmat-Nya kepada semua pihak yang turut membantu penulis menyelesaikan skripsi ini

Batam, 30 July 2021



Penulis (Yoane Caswen)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Manfaat teoritis.....	9
1.6.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Teori	11
2.1.1 Kualitas Produk	11
2.1.2 Kepercayaan	15
2.1.3 Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran	29
2.3.1 Hubungan Antar Variabel.....	29
2.4 Hipotesis Penelitian	31

BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Sifat Penelitian.....	33
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	33
3.3.1 Lokasi Penelitian	33
3.3.2 Periode Penelitian	33
3.4 Populasi dan Sampel.....	34
3.4.1 Populasi	34
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel	34
3.5 Sumber Data	35
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian	37
3.8 Metode Analisa Data	39
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	39
3.8.2 Uji Kualitas Instrumen.....	40
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	42
3.9 Uji Hipotesis	44
3.9.1 Analisis Regresi <i>Linear</i> Berganda.....	44
3.9.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	45
3.9.3 Uji t.....	45
3.9.4 Uji F.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.1.1 Sejarah Objek Penellitian	47
4.1.2 Logo.....	48
4.1.3 Produk Yang Ditawarkan	48
4.1.4 Akun Instagram	48
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	50
4.2.1 Jenis Responden.....	50
4.2.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.2.3 Data Responden Berdasarkan Profesi.....	51
4.2.4 Data Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52

4.3	Deskripsi Jawaban Responden	53
4.3.1	Variabel (X1) Kualitas Produk	53
4.3.2	Variabel (X2) Kepercayaan	55
4.3.3	Variabel (Y) Keputusan Pembelian	56
4.4	Analisis Data	57
4.4.1	Hasil Uji Validitas	57
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas	59
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	61
4.5	Pengujian Hipotesis	64
4.5.1	Analisis Regresi Linier Berganda	64
4.5.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66
4.5.3	Uji t	66
4.5.4	Uji F	67
4.6	Pembahasan	68
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	68
4.6.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	68
4.6.3	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	69
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		71
5.1	Simpulan	71
5.2	Saran	72
DAFTAR PUSTAKA		73

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung penelitian
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4. 1 Logo Toko Online Allyouneeds.idn	48
Gambar 4. 2 Akun Instagram Allyouneeds.idn	49
Gambar 4. 3 Diagram Histogram	61
Gambar 4. 4 Diagram Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual...	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kualitas Produk	4
Tabel 1. 2 Kepercayaan	5
Tabel 1. 3 Data penjualan Allyouneeds.idn 2017s/d 2020.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3. 1 Periode Penelitian.....	33
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	38
Tabel 3. 3 Rentang Skala.....	40
Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4. 2 Identitas Responden Bersumber Pada Usia.....	51
Tabel 4. 3 Idenetitas Responden Berdasarkan Profesi	51
Tabel 4. 4 Identitas Responden Bersumber Pada Pendapatan.....	52
Tabel 4. 5 Skor Indikator Variabel Kualitas Produk	53
Tabel 4. 6 Skor Indikator Variabel Kepercayaan	55
Tabel 4. 7 Skor Indikator Variabel Keputusan Pembelian	56
Tabel 4. 8 Output Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)	58
Tabel 4. 9 Output Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X2)	58
Tabel 4. 10 Output Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	59
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	60
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas Kepercayaan.....	60
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4. 14 Hasil Uji Data One-Sample Kolmogorov-Smirnov	62
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas Park Gleyser.....	64
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	64
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	66
Tabel 4. 19 Hasil Uji t	66
Tabel 4. 20 Hasil Uji F	67

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Slovin.....	34
Rumus 3. 2 Rentang Skala	39
Rumus 3. 3 Koefisien Korelasi	41
Rumus 3. 4 Koefisien Korelasi Metode Cronbach's Alpha	42
Rumus 3. 5 Regresi linier berganda	44
Rumus 3. 6 Uji t	45
Rumus 3. 7 Uji F	46