

**PENGARUH SIKAP DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
DI PT BERKAT ANATASIA**

SKRIPSI



**Oleh :
Desniati Sarumaha
170610053**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

**PENGARUH SIKAP DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
DI PT BERKAT ANATASIA**

SKRIPSI

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



**Oleh :
Desniati Sarumaha
170610053**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Desniati Sarumaha

NPM : 170610053

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa ‘‘Skripsi’’ yang saya buat dengan judul:

PENGARUH SIKAP DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI PT BERKAT ANATASIA

Adalah hasil karya sendiri dan bukan merupakan ‘‘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 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, 27 Januari 2022



Desniati Sarumaha

170610053

**PENGARUH SIKAP DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI
PT BERKAT ANATASIA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar sarjana**

**Oleh
Desniati Sarumaha
170610053**

**Telah disetujui Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 27 Januari 2022



**Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Sikap adalah sesuatu yang mempelajari semua kecenderungan tindakan, baik yang menguntungkan maupun yang tidak menguntungkan, tujuan manusia, objek, ide, atau situasi. Sehingga dapat dikatakan sadar atau tidak tindakan konsumen dipengaruhi oleh sikap. Dalam menentukan keputusan pembelian, konsumen akan dihadapkan pada berbagai alternatif pilihan. Kepercayaan dianggap sebagai pendorong dalam berbagai transaksi antara penjual dan pembeli sehingga kepuasan pelanggan dapat terjadi sesuai dengan yang diinginkan. Keputusan pembelian konsumen adalah tindakan individu yang secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam memperoleh dan menggunakan suatu produk atau jasa yang dibutuhkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan hipotesis bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT Berkat Anatasia, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT Berkat Anatasia, serta sikap dan keyakinan secara simultan. memiliki efek positif dan positif. berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT Berkat Anatasia. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 135 responden dan menghasilkan bahwa semua hipotesis tersebut terbukti kebenarannya berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25.

Kata Kunci: Kepercayaan, Keputusan Pembelian, Sikap

ABSTRACT

Attitude is something that studies all tendencies of action, both favorable and unfavorable, human goals, objects, ideas, or situations. So that it can be said consciously or not consumer actions are influenced by attitudes. In determining purchasing decisions, consumers will be faced with various alternative choices. Trust is considered as an impetus in various transactions between sellers and buyers so that customer satisfaction can occur as desired. Consumer purchasing decisions are individual actions that are directly or indirectly involved in obtaining and using a product or service that is needed. The purpose of this study is to prove the hypothesis that attitudes have a positive and partially significant effect on Product Purchase Decisions at PT Berkas Anatasia, trust has a positive and partially significant effect on Product Purchase Decisions at PT Berkas Anatasia, and attitudes and beliefs simultaneously have a positive and positive effect. significant impact on Product Purchase Decisions at PT Berkas Anatasia. This research was carried out by distributing questionnaires to 135 respondents and resulted that all these hypotheses were proven to be true based on the results of data processing using SPSS 25.

Keywords: *Attitude, Purchase Decision, Trust.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi manajemen di Universitas Putera Batam

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. karena itu, penulis membutuhkan kritik dan saran , 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 Dr. Michael Jibrael Rorong. S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan, pengarahan, dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Seluruh Bapak dan Ibu Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang telah memberikan bimbingan, pengarahan dan bantuan selama penulis membina ilmu di Universitas Putera Batam;
6. Keluarga yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil hingga terselesaikannya skripsi ini;
7. Teman-teman Manajemen Universitas Putera Batam yang telah mendukung dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini;
8. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih atas semuanya atas segala bantuan, doa dan dukungan, semoga Tuhan senantiasa melimpahkan kasih dan karunia kepada kita semua. Amin

Batam, 27 Januari 2022

Desniati Sarumaha
170610053



DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar belakang	1
1.2. Identifikasi masalah.....	2
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Rumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penulisan	8
1.6. Manfaat Penelitian.....	8
1.6.1 Manfaat Teoritis	8
1.6.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Sikap.....	10
2.1.1.1 Pengertian Sikap.....	10
2.1.1.2 Fungsi Sikap.....	10
2.1.1.3 Faktor faktor yang mempengaruhi sikap konsumen	11
2.1.1.4 Komponen Sikap.....	13
2.1.2 Kepercayaan.....	13
2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan.....	14
2.1.2.2 Jenis jenis kepercayaan	14

2.1.2.3 Indikator Kepercayaan	15
2.1.3 Keputusan pembelian	16
2.1.3.1 Pengertian Keputusan pembelian.....	16
2.1.3.2. Faktor faktor yang mempengaruhi kepercayaan pembelian.....	17
2.1.3.3 Indikator keputusan pembelian	18
2.2 Penelitian terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
2.3.1 Pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian	22
2.3.2 Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian	23
2.4. Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1. Jenis Penelitian.....	24
3.2. Sifat Penelitian	24
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian.....	24
3.3.1. Lokasi Penelitian.....	24
3.3.2 Periode Penelitian.....	24
3.4. Populasi dan Sampel	25
3.4.1. Populasi	25
3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel.....	26
3.4.3. Teknik Sampling	27
3.5. Sumber Data.....	27
3.6. Metode Pengumpulan Data	28
3.7. Defenisi Operasionel Variabel Penelitian	29
3.7.1. Variabel Independen	29
3.7.2. Variabel Dependen.....	29
3.8. Metode Analisis Data.....	31
3.8.1. Analisis Deskriptif	31
3.8.2. Uji Kualitas Data.....	31
3.8.3. Uji Asumsi Klasik.....	32
3.8.4. Uji Pengaruh.....	34
3.9. Uji Hipotesis.....	35

3.9.1. Uji Parsial (Uji T).....	35
3.9.2. Uji Simultan (Uji F)	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden	39
4.2.1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	40
4.2.2. Karakteristik Responden Menurut Usia	41
4.2.3 Karateristik Responden Menurut Pekerjaan	42
4.2.4. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir	43
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	44
4.3.1 Variabel X1	44
4.3.2 Variabel X2	45
4.3.3 Variabel Y	46
4.4 Analisis Data.....	47
4.4.1 Hasil Uji Kualitas Data.....	47
4.4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	49
4.4.3 Hasil Uji Pengaruh.....	53
4.5 Pengujian Hipotesis	56
4.5.1. Uji t.....	56
4.5.2. Uji F	57
4.6 Pembahasan	58
4.6.1 Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT Berkat Anatasia	58
4.6.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT Berkat Anatasia	59
4.6.3 Pengaruh Sikap dan Kepercayaan Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT Berkat Anatasia.....	59
4.7. Implikasi Hasil Penelitian.....	60
4.7.2 Implikasi Praktis.....	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Simpulan.....	62

5.2	Saran.....	62
	DAFTAR PUSTAKA	63
	Lampiran 1 Pendukung penelitian	
	Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup	
	Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram	49
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas <i>P-P Plot</i>	50

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1. Data Penjualan	6
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	25
Tabel 3.2 Jumlah Toko Atau Pelanggan	26
Tabel 3.3 Skala Likert.....	28
Tabel 3.4 Operasioanl Dependent variable serta Independent.....	30
Tabel 4. 1 Profil Responden Menurut Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 2 Profil Responden Menurut Usia.....	41
Tabel 4. 3 Profil Responden Menurut Pekerjaan	42
Tabel 4. 4 Profil Responden Menurut Pendidikan Terakhir.	43
Tabel 4. 5 Hasil Pernyataan Indikator Sikap.....	44
Tabel 4. 6 Hasil Pernyataan Indikator Kepercayaan	45
Tabel 4. 7 Hasil Pernyataan Indikator Keputusan Pembelian	46
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validita	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov Test.....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi.....	55
Tabel 4.15 Uji T	56
Tabel 4.16 Uji F	58