

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN  
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN LAPTOP SECARA ONLINE OLEH  
MAHASISWA DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Selly  
180910087**

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

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN  
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN LAPTOP SECARA ONLINE OLEH  
MAHASISWA DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:  
Selly  
180910087**

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

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Selly  
NPM : 180910087  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

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

**“PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP SECARA ONLINE OLEH MAHASISWA 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, 17 Januari 2022



**Selly**  
180910087

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN  
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN LAPTOP SECARA ONLINE OLEH  
MAHASISWA DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:  
Selly  
180910087**

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

**Batam, 17 Januari 2022**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Triana Ananda Rustam', with a large loop at the end.

**Triana Ananda Rustam, S.E., M.M.  
Pembimbing**

## ABSTRAK

Pada era perkembangan dan dilihat dari kondisi saat ini, pengguna teknologi terutama dalam bidang teknologi internet berkembang sangat pesat. Berkembang pesatnya internet membuat masyarakat berbondong-bondong untuk menggunakan internet terutama adanya sistem belanja secara *online*. Adanya sistem berbelanja *online* membuat masyarakat menjadikan toko *online* sebagai pusat perbelanjaan yang baru. Oleh karena itu, penelitian ini ingin menguji dan menganalisa masalah kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian laptop Acer secara *online* oleh mahasiswa di Kota Batam. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel 96 responden. Alat ukur yang digunakan adalah skala likert 5 poin. Metode analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Uji kualitas data menggunakan uji validitas dan uji realibilitas. Uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas serta uji pengaruh menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ), dan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji f dengan bantuan *software* statistik SPSS 24. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dari t hitung  $>$  t tabel dan nilai signifikan  $<$  0,05 serta kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi bersama-sama memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dari f hitung  $>$  f tabel dan nilai signifikan  $<$  0,05.

**Kata Kunci:** Kepercayaan; Kemudahan; Kualitas Informasi; Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*In the era of development and judging from the current conditions, technology users, especially in the field of internet technology, are growing very rapidly. The rapid development of the internet makes people flock to use the internet, especially the online shopping system. The existence of an online shopping system makes people make online stores a new shopping center. Therefore, this study wants to examine and analyze the problems of trust, ease and quality of information on the online purchasing decisions of Acer laptops by students in Batam City. The technique used in this research is purposive sampling with a sample size of 96 respondents. The measuring instrument used is a 5-point Likert scale. The method of data analysis was carried out using multiple linear regression analysis. Test the quality of the data using the validity test and reliability test. Classical assumption test using normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test and influence test using multiple linear regression analysis and coefficient of determination analysis ( $R^2$ ), and hypothesis testing using  $t$  test and  $f$  test with the help of SPSS 24 statistical software. trust, ease and quality of information have a significant positive effect on purchasing decisions from  $t$  count  $>$   $t$  table and significant value  $<$  0.05 and trust, ease and quality of information together choose a significant positive effect on purchasing decisions from  $f$  count  $>$   $f$  table and value significant  $<$  0.05.*

**Keywords: Trust; convenience; Information Quality; Buying decision.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal dengan judul Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Laptop Secara *Online* Oleh Mahasiswa di Kota Batam yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi sastra satu (S1) pada program studi Manajemen di Universitas Putera Batam.

Terselesainya proposal ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menyampaikan 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, Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.SI., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Ibu Triana Ananda Rustam, S.E., M.M., selaku Pembimbing Skripsi dan Pembimbing Akademik Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan doa, nasehat, dukungan dan semangat;
7. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan, nasehat, dan semangat dalam pembuatan proposal;
8. Pihak-pihak lain yang telah membantu penulis dalam pembuatan proposal peneliti ini, yang tidak dapat disebut satu persatu

Penulis sangat berharap makalah ini akan bermanfaat dalam rangka menambah pengetahuan juga wawasan kita. Penulis pun menyadari sepenuhnya bahwa di dalam makalah ini terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan adanya kritik, saran dan usulan demi perbaikan makalah yang sudah penulis, mengingat tak ada sesuatu yang sempurna tanpa saran yang membangun.

Sebelumnya penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan kata-kata yang kurang berkenan. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa proposal ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu serta teman-teman yang mendukung dan membimbing saya dalam menyelesaikan proposal ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 17 Januari 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Selly', with a stylized flourish above the name.

Penulis  
(Selly)



## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN SAMBUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	9
1.3. Batasan Masalah .....	10
1.4. Rumusan Masalah .....	10
1.5. Tujuan Penelitian .....	11
1.6. Manfaat Penelitian .....	12
1.6.1 Manfaat Teoritis .....	12
1.6.2. Manfaat Praktis.....	12
<b>BAB II</b> .....	<b>14</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
2.1. Kajian Teori .....	14
2.1.1. Kepercayaan .....	14
2.1.1.1. Pengertian Kepercayaan .....	14
2.1.1.2. Karakteristik Kepercayaan .....	15
2.1.1.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepercayaan .....	16
2.1.1.4. Indikator Kepercayaan.....	17
2.1.2. Kemudahan .....	18
2.1.2.1. Pengertian Kemudahan.....	18
2.1.2.2. Model Penerimaan Teknologi .....	19
2.1.2.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kemudahan.....	19
2.1.2.4. Indikator Kemudahan .....	20
2.1.3. Kualitas Informasi .....	21
2.1.3.1. Pengertian Kualitas Informasi .....	21
2.1.3.2. Karakteristik Kualitas Informasi .....	21
2.1.3.3. Kualitas Informasi Online Shopping .....	22

2.1.3.4. Indikator Kualitas Informasi.....	23
2.1.4. Keputusan Pembelian .....	24
2.1.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	24
2.1.4.2. Macam-Macam Keputusan Pembelian.....	24
2.1.4.3. Proses Pengambilan Keputusan.....	25
2.1.4.4. Indikator Keputusan Pembelian.....	27
2.2. Penelitian Terdahulu .....	28
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	30
2.3.1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.2. Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.3. Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian .....	31
2.4. Kerangka Pemikiran.....	31
2.5. Hipotesis .....	32
<b>BAB III.....</b>	<b>33</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	33
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. Sampel .....	34
3.5. Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....	35
3.5.1. Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5.2. Alat Pengumpulan Data .....	36
3.6. Operasional Variabel.....	36
3.6.1. Variabel Independen.....	36
3.6.2. Variabel Dependen .....	38
3.7. Metode Analisis Data.....	39
3.7.1. Analisis Deskriptif .....	39
3.7.2. Uji Kualitas Data.....	40
3.7.2.1. Uji Validitas Data .....	41
3.7.2.2. Uji Realibilitas .....	41
3.7.3. Uji Asumsi Klasik.....	42
3.7.3.1. Uji Normalitas .....	42
3.7.3.2. Uji Heteroskedastisitas .....	42
3.7.3.3. Uji Multikolinearitas.....	43
3.7.4. Uji Pengaruh .....	43
3.7.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda .....	43
3.7.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	43
3.7.5. Uji Hipotesis .....	44
3.7.5.1. Uji t (Parsial) .....	44

3.7.5.2. Uji F (Simultan).....	44
<b>BAB IV .....</b>	<b>46</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	46
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	46
4.2.1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
4.2.2. Data Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.2.3. Data Responden Berdasarkan Kecamatan .....	48
4.2.4. Data Responden Berdasarkan Penghasilan.....	49
4.3. Deskripsi Jawaban Responden.....	50
4.3.1. Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan (X1) .....	50
4.3.2. Analisis Deskriptif Variabel Kemudahan (X2).....	51
4.3.3. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Informasi (X3) .....	51
4.3.4. Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	52
4.4. Pengujian Hipotesis.....	53
4.4.1. Hasil Uji Kualitas Data .....	53
4.4.1.1. Hasil Uji Validitas Data.....	53
4.4.1.2. Hasil Uji Realibilitas Data .....	55
4.4.2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	55
4.4.2.1. Hasil Uji Normalitas .....	55
4.4.2.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.4.2.3. Hasil Uji Multikolinearitas .....	58
4.4.3. Hasil Uji Pengaruh.....	59
4.4.3.1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
4.4.3.2. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	61
4.4.4. Hasil Uji Hipotesis.....	61
4.4.4.1. Hasil Uji t (Parsial).....	61
4.4.4.2. Hasil Uji F (Simultan) .....	63
4.5. Pembahasan.....	64
4.5.1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Laptop Secara Online oleh Mahasiswa di Kota Batam.....	64
4.5.2. Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Laptop Secara Online di Kota Batam .....	64
4.5.3. Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Laptop Secara Online di Kota Batam.....	65
4.5.4. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Laptop Secara Online oleh Mahasiswa di Kota Batam .	65
4.6. Implikasi Hasil Penelitian .....	66
4.6.1. Implikasi Teoritis .....	66
4.6.2. Implikasi Praktis.....	66
<b>BAB V.....</b>	<b>67</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
5.1. Simpulan .....	67

5.2. Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Data Pengguna Internet.....	2
<b>Gambar 1.2</b> Alasan Berbelanja Secara Online .....	3
<b>Gambar 1.3</b> Testimoni Laptop Acer di Shopee .....	4
<b>Gambar 1.4</b> Testimoni Laptop Acer di Shopee .....	6
<b>Gambar 1.5</b> Testimoni Laptop Acer di Shopee .....	7
<b>Gambar 1.6</b> Data Penjualan Kategori Produk di Shopee.....	9
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	31
<b>Gambar 4.1</b> Diagram Histogram .....	56
<b>Gambar 4.2</b> Diagram Normal <i>P-P Plot of Regression Standardized Residual</i> .....	56

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	28
<b>Tabel 3.1</b> Periode Penelitian.....	33
<b>Tabel 3.2</b> Skala Likert Pada Teknik Pengumpulan Data.....	36
<b>Tabel 3.3</b> Operasional Variabel.....	38
<b>Tabel 3.4</b> Rentang Skala.....	40
<b>Tabel 4.1</b> Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
<b>Tabel 4.2</b> Data Responden Berdasarkan Usia .....	47
<b>Tabel 4.3</b> Data Responden Berdasarkan Kecamatan.....	48
<b>Tabel 4.4</b> Data Responden Berdasarkan Penghasilan .....	49
<b>Tabel 4.5</b> Hasil Pernyataan Variabel Kepercayaan .....	50
<b>Tabel 4.6</b> Hasil Pernyataan Variabel Kemudahan.....	51
<b>Tabel 4.7</b> Hasil Pernyataan Variabel Kualitas Informasi .....	51
<b>Tabel 4.8</b> Hasil Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian .....	52
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Uji Validitas .....	53
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Realibilitas .....	55
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	57
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Heterokedastisitas .....	58
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Uji Multikolinearitas .....	59
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	59
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	61
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Uji <i>t</i> .....	62
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji <i>F</i> .....	63

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3.1</b> Rumus Lemeshow.....	35
<b>Rumus 3.2</b> Rentang Skala .....	40
<b>Rumus 3.3</b> Kolerasi <i>Pearson Product Moment</i> .....	41
<b>Rumus 3.4</b> Koefisien realibilitas <i>Cronbach Aplha</i> .....	42
<b>Rumus 3.5</b> Regresi Linear Berganda .....	43