

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
ONLINE SHOPEE DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Sutiyanto  
180910147**

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

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
ONLINE SHOPEE DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:  
Sutiyanto  
180910147**

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

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Sutiyanto  
NPM : 180910147  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ONLINE SHOPEE 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, 3 Agustus 2022



**Sutiyanto**  
180910147

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
ONLINE SHOPEE DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:  
Sutiyanto  
180910147**

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

**Batam, 27 Juli 2022**



**Asron Saputra, S.E., M.Si  
Pembimbing**



## ABSTRAK

Berkat perkembangan teknologi dan informasi, kegiatan jual beli pun dapat dilakukan dalam jaringan atau E-Commerce yang memberikan banyak solusi atas permasalahan yang utamanya ialah mobilitas. Penjual tidak diperlukan untuk melakukan sewa toko dan dapat menunjukkan etalase tok dengan bentuk foto, lalu pembeli juga tidak perlu melakukan perjalanan untuk melakukan pembelian atau pun ketika ingin menanyakan keterangan atas suatu produk tertentu ditambah dengan jangkauan yang dapat ditelusuri oleh pembeli memberikan opsi lebih tanpa adanya penekanan harga. Pemilihan Shopee menjadi pilihan pembeli dalam berbelanja secara daring tentu memiliki sebab dan faktor utama. Adapun banyaknya faktor yang menentukan keputusan pembelian. Penelitiannya ini bertujuan mengetahui pengaruh keragaman produk, kepercayaan dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian karyawan pada online Shopee di kota Batam. Teknik didalam mengumpulkan datanya dengan membagikan kuesioner pada 385 responden yakni masyarakat yang memakai aplikasi Shopee. Hasil penelitiannya bahwa keragaman produk, kepercayaan dan persepsi resiko secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji koefisien determinasinya menunjukkan bahwa keragaman produk, kepercayaan dan persepsi resiko memengaruhi keputusan pembelian sebesar 74,9 persen, sedangkan sisa nya terpengaruhi variabel lainnya yang tak diteliti didalam penelitiannya ini.

**Kata Kunci:** Kepercayaan, Keputusan Pembelian, Keragaman Produk, Persepsi Resiko

## **ABSTRACT**

*Thanks to the development of technology and information, buying and selling activities can also be carried out in a network or E-Commerce which provides many solutions to problems, the main one being mobility. The seller is not required to rent a shop and can show the shop window in the form of a photo, then the buyer also does not need to travel to make a purchase or even when he wants to inquire about a particular product plus the range that can be traced by the buyer provides more options without any emphasis. price. The choice of Shopee as a buyer's choice in shopping online certainly has main causes and factors. There are many factors that determine purchasing decisions. This study aims to determine the effect of product diversity, trust and risk perception on employee purchasing decisions at Shopee online in Batam city. The technique in collecting data is by distributing questionnaires to 385 respondents, namely people who use the Shopee application. The results of his research that product diversity, trust and risk perception partially and simultaneously have a significant effect on purchasing decisions. The results of the coefficient of determination test indicate that product diversity, trust and risk perception affect purchasing decisions by 74.9 percent, while the rest are influenced by other variables not examined in this study.*

**Keywords:** *Product Diversity, Purchase Decision, Risk Perception, Trust*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat 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 strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis juga 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 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 Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom Selaku Dekan Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.SI selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan sepenuhnya;
7. Seluruh teman dan sahabat seperjuangan universitas putera batam yang saling memberikan dukungan untuk penyusunan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya, Amin.

Batam, 3 Agustus 2022



**Sutiyanto**  
180910147





## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN SAMBUTAN</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>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
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.....	8
1.6.1 Aspek Teoritis .....	8
1.6.2 Aspek Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Keragaman Produk.....	10
2.1.2 Kepercayaan.....	12
2.1.3 Persepsi Resiko .....	15
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran .....	21
2.3.1 Pengaruh Keragaman Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.3.2 Pengaruh Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian....	21
2.3.3 Pengaruh Persepsi Resiko berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian	22
2.4 Hipotesis .....	23

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	24
3.2 Sifat Penelitian .....	24
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian .....	25
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	25
3.4 Populasi dan Sampel .....	25
3.4.1 Populasi.....	25
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel .....	25
3.4.3 Teknik Sampling.....	26
3.5 Sumber Data .....	27
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	27
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	28
3.8 Metode Analisis Data .....	28
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	28
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	29
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.8.4 Uji Pengaruh .....	32
3.9 Uji Hipotesis.....	34
3.9.1 Uji T.....	34
3.9.2 Uji F .....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	35
4.1.1 Sejarah Objek Penelitian.....	35
4.1.2 Logo Perusahaan.....	35
4.1.3 Visi dan Misi Objek Penelitian .....	35
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden .....	36
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasar Usia .....	36
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasar Pendidikan Terakhir .....	36
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasar Pekerjaan .....	37
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasar Frekuensi Pembelian .....	37
4.3 Deskripsi Jawaban Responden .....	38
4.3.1 Deskripsi Variabel Keberagaman Produk.....	38
4.3.2 Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	39
4.3.3 Deskripsi Variabel Presepsi Resiko .....	41
4.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	42
4.4 Analisis Data .....	43
4.4.1 Hasil Uji Validitas.....	43
4.4.2 Hasil Uji Realibitas .....	45
4.4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	45
4.5 Pengujian Hipotesis .....	50
4.5.1 Hasil Uji T.....	50
4.5.2 Hasil Uji F .....	51

4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
4.6.1	Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	51
4.6.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian .....	52
4.6.3	Pengaruh Presepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.6.4	Pengaruh Keragaman Produk, Kepercayaan, dan Presepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian .....	53
4.7	Implikasi Penelitian .....	54
4.7.1	Implikasi Teoritis .....	54
4.7.2	Implikasi Praktis .....	54

<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>56</b>
5.1	Simpulan.....	56
5.2	Saran .....	56

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>
-----------------------------	-----------

#### **LAMPIRAN**

1. Pendukung Penelitian
2. Daftar Riwayat Hidup
3. Surat Izin Penelitian

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	22
<b>Gambar 4.1</b> Logo Perusahaan.....	35
<b>Gambar 4.2</b> Kurva Histogram .....	45
<b>Gambar 4.3</b> Normal P-Plot .....	46
<b>Gambar 4.4</b> Scatterpot .....	47

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 1.1</b> Daftar E-commerce di Indonesia.....	2
<b>Tabel 1.2</b> Daftar Produk di Shopee .....	4
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	19
<b>Tabel 3.1</b> Jadwal Penelitian.....	25
<b>Tabel 3.2</b> Skala Likert .....	27
<b>Tabel 3.3</b> Operasional Variabel Penelitian.....	28
<b>Tabel 3.4</b> Rentang Skala.....	29
<b>Tabel 4.1</b> Profil Berdasar Usia .....	36
<b>Tabel 4.2</b> Profil Responden Berdasar Pendidikan Terakhir .....	36
<b>Tabel 4.3</b> Profil Responden Berdasar Pekerjaan .....	37
<b>Tabel 4.4</b> Profil Responden Berdasar Frekuensi Pembelian .....	37
<b>Tabel 4.5</b> Keragaman Produk (X1) .....	38
<b>Tabel 4.6</b> Kepercayaan (X2) .....	40
<b>Tabel 4.8</b> Presepsi Resiko (X3).....	41
<b>Tabel 4.9</b> Keputusan Pembelian (Y) .....	42
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji Validitas .....	44
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Realibitas .....	45
<b>Tabel 4.13</b> Kolmogorov-smimov .....	46
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji Heterokedastisitas .....	48
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Analisis Linear Berganda.....	48
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji R2.....	49
<b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji T.....	50
<b>Tabel 4.19</b> Hasil Uji F .....	51

## DAFTAR RUMUS

	<b>Halaman</b>
<b>Rumus 3.1</b> Sampel Cochran .....	26
<b>Rumus 3.2</b> Rentang Skala .....	29
<b>Rumus 3.3</b> Regresi Linear Berganda.....	33