

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI  
SHOPEE DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Cipta Lestari Sinaga**

**180910362**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI  
SHOPEE DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:**

**Cipta Lestari Sinaga**

**180910362**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Cipta Lestari Sinaga  
NPM : 180910362  
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul :

### **Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Di Kota Batam**

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

Apabila terdapat di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIAT, 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, 30 Januari 2023



**Cipta Lestari Sinaga**

180910362

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI  
SHOPEE DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana

Oleh

**Cipta Lestari Sinaga**

**180910362**

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini

**Batam, 30 Januari 2023**



**Winda Eyyanto, S.S., M. MPd.**

**Pembimbing**



## ABSTRAK

Kualitas produk merupakan suatu harapan konsumen akan suatu produk dapat memenuhi unsur-unsur produk yang dianggap penting sesuai dengan yang konsumen inginkan. Kepercayaan konsumen adalah keyakinan konsumen terhadap produsen untuk mampu menjaga integritasnya dan akan kemampuan konsumen menjunjung kewajibannya kepada konsumen. Kualitas produk dan kepercayaan konsumen merupakan termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee di Kota Batam. Jenis penelitian ini yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Peneliti menggunakan teknik *sampling* yaitu teknik *non probability sampling*, menggunakan jenis sampel insidental. Jumlah sampel yang diambil di dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden, diolah menggunakan SPSS versi 29. Hasil olah data yang didapatkan dari pengolahan SPSS menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung} (4,133) > t_{tabel} (1,984)$ , dan memiliki nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung} (6,886) > t_{tabel} (1,984)$ , memiliki nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Hasil olah data dari nilai perolehan  $F_{hitung} 149,189$  lebih besar nilai  $F_{tabel}$  yaitu 3,09 dan nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05 dapat diperoleh kesimpulan bahwa kualitas produk dan kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Kepercayaan Konsumen; Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*Product quality is a consumer expectation that a product can fulfill the product elements that are considered important according to what consumers want. Consumer trust is consumer confidence in producers to be able to maintain their integrity and in the ability of consumers to uphold their obligations to consumers. Product quality and consumer trust are among the factors that influence purchasing decisions. The purpose of this study was to determine the effect of product quality and consumer trust on purchasing decisions on the Shopee application in Batam City. This type of research used is quantitative research. Researchers used a sampling technique, namely non probability sampling technique, using incidental sample types. The number of samples taken in this study were 100 respondents, processed using SPSS version 29. The results of data processing obtained from SPSS processing showed that product quality had a partial positive and significant effect on purchasing decisions with  $t$  count (4.133)  $>$   $t$  table (1.984), and had a significance value of  $0.001 < 0.05$ . Consumer trust has a positive and partially significant effect on purchasing decisions with  $t$  count (6.886)  $>$   $t$  table (1.984), has a significance value of  $0.001 < 0.05$ . The results of processing the data from the acquisition value of  $F$  count is 149.189 greater than the  $F$  table value of 3.09 and a significance value of 0.001 is less than 0.05 it can be concluded that product quality and consumer trust have a significant effect simultaneously on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Product Quality, Consumer Trust, Buying decision.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus untuk segala kemurahan dan cinta kasih-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Di Kota Batam**. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen di Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari penuh bahwa tidak mudah untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak selama perkuliahan dan sampai penyusunan skripsi ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Batam yaitu Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yaitu Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom.
3. Ketua Program Studi Manajemen yaitu Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.
4. Bapak Winda Evyanto, S.S., M.MPd., selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, dorongan dan dukungan kepada penulis.
5. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Putera Batam yang memberikan Ilmu Pengetahuan dan membantu administrasi perkuliahan.
6. Orang tua saya yang terkasih M.Sinaga, S.Pd. / S.Br.Banurea yang selalu mendoakan penulis, selalu sabar dan memberikan semangat kepada penulis.
7. Kakak penulis Junita S Sinaga, Abang Bembi Sinurat, dan ponakan tersayang Valery Editha Sinurat yang sudah memberikan semangat dan doa kepada penulis.
8. Adik laki-laki penulis satu-satunya Faujian Sinaga yang sudah banyak berkorban membantu penulis dan memberikan semangat kepada penulis.
9. Adik perempuan penulis Tridayanti Sinaga dan Lolo Karina Sinaga yang selalu mendoakan dan juga memberikan semangat kepada penulis.
10. Teman-teman penulis selama perkuliahan khususnya Rosela Lumban Tobing, Juni Siska, Mia, Kak Debo dan kak Nelly dan teman kerja penulis yaitu *workshop team*.



11. Teman-teman youth GPI Bac, MKGR Squad yang turut mendoakan dan *mensupport* penulis.
12. Rekan dan atasan kerja penulis Di PT Intricon Indonesia yang merupakan tempat kerja penulis mulai dari awal perkuliahan sampai selesainya perkuliahan penulis.
13. Seluruh responden yang sudah turut meluangkan waktu dan mengisi kuesioner penulis.

Akhir kata, Tuhan Yesus yang membalas segala kebaikan semua pihak yang sudah turut membantu penulis. Amin.

Batam, 30 januari 2023



Cipta Lestari Sinaga

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	
HALAMAN JUDUL .....	
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....	
HALAMAN PENGESAHAN.....	
ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR RUMUS .....	xiv
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Batasan Masalah .....	11
1.4 Rumusan Masalah .....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian .....	12
1.6.1 Manfaat Teoritis .....	12
1.6.2 Manfaat Praktis .....	13
<b>BAB II</b> .....	<b>14</b>

<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
2.1 Kajian Teori .....	14
2.1.1 Kualitas Produk.....	14
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.1.1.2 Indikator Kualitas Produk .....	16
2.1.1.3 Dimensi Produk.....	18
2.1.1.4 Tingkatan Produk .....	19
2.1.2 Kepercayaan Konsumen.....	20
2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen .....	20
2.1.2.2 Indikator Kepercayaan Konsumen.....	22
2.1.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen .....	23
2.1.2.4 Jenis-Jenis Kepercayaan Konsumen .....	24
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	25
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	25
2.1.3.2 Unsur-Unsur Keputusan Pembelian.....	27
2.1.3.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	29
2.1.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli .....	31
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
2.3.1 Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	38
2.3.2 Kepercayaan Konsumen (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) ...	38

2.3.3 Kualitas Produk (X1) dan Kepercayaan Konsumen (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	39
2.4 Hipotesis.....	40
<b>BAB III.....</b>	<b>46</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	46
3.2 Sifat Penelitian .....	47
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	47
3.3.1 Lokasi penelitian .....	47
3.3.2 Periode penelitian.....	47
3.4 Populasi dan Sampel .....	48
3.4.1 Populasi .....	48
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	49
3.4.3 Teknik Sampling .....	50
3.5 Sumber Data .....	50
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	51
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	52
3.8 Metode Analisis Data.....	54
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	54
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	55
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	57
3.8.4 Uji Pengaruh .....	59
3.9 Uji Hipotesis .....	61

3.9.1 Uji t ( uji parsial) .....	61
3.9.2 Uji F (uji simultan).....	62
<b>BAB IV .....</b>	<b>64</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>64</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	64
4.1.1 Logo Aplikasi Shopee .....	65
4.1.2 Visi dan Misi Shopee .....	66
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	66
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	67
4.2.3 Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan.....	67
4.2.4 Deskriptif Respoden Berdasarkan Berapa Kali Berbelanja Di Shopee	68
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	68
4.3.1 Analisis Deskriptif .....	68
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1) .....	70
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan konsumen (X2).....	70
4.3.4 Analisi Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	71
4.4 Hasil Uji Kualitas Data .....	72
4.4.1 Uji Validitas Data.....	72
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	73
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	74
4.5.1 Uji Normalitas .....	74

4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	77
4.5.3 Uji Heterokedastisitas .....	78
4.6 Uji Pengaruh .....	79
4.6.1 Analisis Regresi Berganda .....	79
4.6.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	80
4.7 Hasil Uji Hipotesis .....	81
4.7.1 Uji T .....	81
4.7.2 Uji F .....	83
4.8 Pembahasan.....	85
4.8.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	85
4.8.2 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian ..	86
4.8.3 Pengaruh Kualitas Produk dan kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
4.9 Implikasi Hasil Penelitian .....	87
<b>BAB V.....</b>	<b>88</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>88</b>
5.1 Simpulan .....	88
5.2 Saran.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	
Lampiran 2. Data Tabulasi dan Hasil SPSS.....	
Lampiran 3. Daftar Riwayat Hidup.....	

Lampiran 4. Data Ulasan Pelanggan.....

Lampiran 5. Surat Ijin Penelitian .....

Lampiran 6. Turnitin Skripsi.....

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Tingkat penetrasi internet di Indonesia.....	2
<b>Gambar 1. 2</b> Konten yang sering diakses pengguna internet .....	3
<b>Gambar 1.3</b> Persaingan tokoh online di Indonesia .....	5
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	39
<b>Gambar 4.1</b> Logo Shopee .....	65
<b>Gambar 4.2</b> Hirtogram Uji Normalitas.....	74
<b>Gambar 4.3</b> Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-Plot .....	75
<b>Gambar 4.4</b> Hasil Uji <i>Scatterplot</i> .....	78



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Rata-Rata Jumlah Pengunjung Situs Shopee Per Bulan.....	6
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	33
<b>Tabel 3.1</b> Jadwal Penelitian.....	48
<b>Tabel 3.2</b> skala <i>Likert</i> pada teknik pengumpulan data .....	51
<b>Tabel 3.3</b> Operasional Variabel.....	53
<b>Tabel 3.4</b> Kriteria Tingkat Hubungan Antar Variabel.....	61
<b>Tabel 4.1</b> Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
<b>Tabel 4.2</b> Karakteristik Berdasarkan Usia.....	67
<b>Tabel 4.3</b> Karakteristik Berdasarkan Pendidikan .....	67
<b>Tabel 4.4</b> Karakteristik Berdasarkan Berapa Kali Berbelanja Di Shopee.....	68
<b>Tabel 4.5</b> Rentang Skala.....	69
<b>Tabel 4.6</b> Skor Variabel Kualitas Produk.....	70
<b>Tabel 4.7</b> Skor Variabel Kepercayaan Konsumen .....	70
<b>Tabel 4.8</b> Skor Variabel Keputusan Pembelian.....	71
<b>Tabel 4.9</b> Hasil uji Validitas Instrumen.....	72
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	73
<b>Tabel 4.11</b> Hasil uji Normalitas Dengan Kolmogrov Smirnov.....	76
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Multikolonieritas.....	77
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	79
<b>Tabel 4.14</b> Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	81

<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji T .....	82
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Uji F .....	84

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3.1</b> Lemeshow .....	49
<b>Rumus 3.2</b> Korelasi .....	55
<b>Rumus 3.3</b> Uji Reliabilitas .....	57
<b>Rumus 3.4</b> Regresi Linier Berganda .....	60
<b>Rumus 3.5</b> Uji t .....	62
<b>Rumus 3.6</b> Uji F .....	63
<b>Rumus 4.1</b> Rentang Skala .....	69