

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE*
SHOPEE**

SKRIPSI



**Oleh:
Reni Sundari
190810130**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE*
SHOPEE**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Reni Sundari
190810130**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Reni Sundari

NPM : 190810130

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

"Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee"

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 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, 27 Januari 2023

A 1000 Rupiah Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '1000', 'METEPAJ TEMPEL', and '93 C8AKX023312276'.

Reni Sundari

190810130

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE*
SHOPEE**

SKRIPSI

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

Oleh:

Reni Sundari

190810130

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 27 Januari 2023



Dr. Realize, S.Kom., M.Si.

Pembimbing



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Tujuan yang dapat diketahui dalam untuk melakukan penelitian ini sebagaimana untuk dapat mengetahui hubungan kualitas produk, promosi dan kepercayaan konsumen secara parsial atau simultan mempengaruhi keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee. Dapat menggunakan jenis penelitian yang berhubungan dengan pendekatan deskriptif untuk penelitian kuantitatif. Karena populasi yang digunakan oleh pembeli atau konsumen *marketplace* Shopee tidak diketahui secara pasti, dan rumus Jacob-Cohen digunakan sebagai metode ukuran sampel, diperoleh 204 responden dan digunakan untuk mengumpulkan data responden. Metode pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* serta dengan *purposive sampling* sebagai metode sampling yang dipergunakan. Pada pengujian melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi berganda, analisis koefisien determinasi (R^2), Uji t dan uji f dapat dipergunakan sebagaimana dalam proses analisis data selama berlangsungnya penelitian. Hasil penelitian dapat menunjukkan kualitas produk, promosi serta kepercayaan konsumen dengan dapat secara parsial maupun simultan atau dengan kata lain secara bersamaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian *marketplace* Shopee.

Kata Kunci: Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Promosi.

ABSTRACT

The objectives that can be known in carrying out this research are to be able to find out the relationship between product quality, promotion and consumer trust partially or simultaneously influencing purchasing decisions on the Shopee marketplace. Can use the type of research associated with a descriptive approach to quantitative research. Because the population used by Shopee marketplace buyers or consumers is not known with certainty, and the Jacob-Cohen formula is used as the sample size method, 204 respondents were obtained and used to collect respondent data. The sampling method uses non-probability sampling and purposive sampling as the sampling method used. In testing through the validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple regression analysis, analysis of the coefficient of determination (R²), t test and f test can be used as in the process of data analysis during the course of the study. The results of the research can show product quality, promotion and consumer trust by being able to partially or simultaneously or in other words simultaneously influence purchasing decisions on the Shopee marketplace.

Keywords: *Consumer Trust, Product Quality, Promotion, Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW. Berkat limpahan dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud 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 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 Dr. Realize, S.Kom., M.Si. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak responden pengguna Shopee yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman – teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 27 Januari 2023



Reni Sundari



DAFTAR ISI

	Halaman
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	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.6.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori	8
2.1.1 Kualitas Produk.....	8
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk.....	8
2.1.1.2 Dimensi Kualitas Produk	9
2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk	10
2.1.2 Promosi	11
2.1.2.1 Pengertian Promosi	11
2.1.2.2 Tujuan Promosi.....	12
2.1.2.3 Indikator Promosi.....	13
2.1.3 Kepercayaan Konsumen	14
2.1.3.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen	14
2.1.3.2 Dimensi Kepercayaan Konsumen.....	15
2.1.3.3 Indikator Kepercayaan Konsumen.....	15
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	16
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	16
2.1.4.2 Struktur Komponen Keputusan Pembelian.....	17
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran.....	24
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	25

2.4	Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Sifat Penelitian	28
3.3	Lokasi dan Priode Penelitian	29
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	29
3.3.2	Priode Penelitian	29
3.4	Populasi dan Sampel	30
3.4.1	Populasi.....	30
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sempel	30
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	31
3.5	Sumber Data.....	31
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	32
3.7	Defisi Operasional Variabel Penelitian.....	32
3.8	Metode Analisis Data.....	33
3.8.1	Analisis Deskriptif	33
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	34
3.8.2.1	Uji Validitas	34
3.8.2.2	Uji Realibitas	34
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	35
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	35
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	35
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	36
3.8.4	Uji Pengaruh	36
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	36
3.8.4.2	Analisis Koefesien Determinasi (R^2).....	37
3.8.5	Uji Pengaruh	37
3.8.1	Uji T.....	37
3.8.2	Uji F	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.1.1	Sejarah Objek Penelitian.....	39
4.1.2	Logo Perusahaan	39
4.1.3	Visi dan Misi Objek Penelitian	40
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	40
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	42
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	43
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.....	43
4.3.1	Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	44
4.3.2	Deskripsi Variabel Promosi	46
4.3.3	Deskripsi Variabel Kepercayaan Konsumen	48
4.3.4	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	49

4.4	Analisis Data.....	51
4.4.1	Hasil Uji Validitas.....	51
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	52
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	52
4.5	Pengujian Hipotesis	57
4.5.1	Hasil Uji t.....	57
4.5.2	Hasil Uji F.....	58
4.6	Pembahasan.....	59
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.6.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	60
4.6.3	Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	61
4.6.4	Pengaruh Kualitas Produk Promosi, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	61
4.7	Implikasi Penelitian	62
4.7.1	Implikasi Teoritis	63
4.7.2	Implikasi Praktis	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan	65
5.2	Saran	65
DAFTAR PUSTAKA		67
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian		
Lampiran 4. Hasil Turnitin Skripsi		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Situs <i>E-Commerce</i> dengan Kunjungan Terbanyak.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1 Logo Shopee	39
Gambar 4.2 Normal P-Plot	53
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastitas.....	54

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Priode Penelitian.....	29
Tabel 3.2 <i>Jacob Cohen</i>	30
Tabel 3.3 Pilihan jawaban Kuesioner	32
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 4.1 Profil Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Profil Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.3 Profil Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.4 Profil Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
Tabel 4.5 Profil Berdasarkan Penghasilan.....	42
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	43
Tabel 4.7 Rentang Skala.....	43
Tabel 4.8 Kualitas Produk (X1)	44
Tabel 4.9 Promosi (X2).....	46
Tabel 4.10 Kepercayaan Konsumen (X3)	48
Tabel 4.11 Keputusan Pembelian (Y)	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.14 Kolmogorov-smimov	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.16 Hasil Analisis Linear Berganda.....	55
Tabel 4.17 Hasil Uji R2.....	56
Tabel 4.18 Hasil Uji T	57
Tabel 4.19 Hasil Uji F	59

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Alpha Crobach</i>	35
Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda.....	36