

**PENGARUH SIKAP DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
ONLINE (STUDI KASUS PADA *ONLINE SHOP*
GROSTAS IMPORT BATAM)**

SKRIPSI



**Oleh :
Indah Sulistiowati
140910267**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH SIKAP DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
ONLINE (STUDI KASUS PADA *ONLINE SHOP*
GROSTAS IMPORT BATAM)**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana



Oleh :
Indah Sulistiowati
140910267

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Indah Sulistiowati
NPM/NIP : 140910267
Fakultas : Bisnis
Program Studi : Manajemen

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

Pengaruh Sikap Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Pada *Online Shop Grostas Import 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 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, 07 Februari 2018

Yang membuat pernyataan,

 

Indah Sulistiowati

140910267

**PENGARUH SIKAP DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
ONLINE (STUDI KASUS PADA *ONLINE SHOP*
GROSTAS IMPORT BATAM)**

SKRIPSI

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

**Oleh :
Indah Sulistiowati
140910267**

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

Batam, 02 Februari 2018



**Heryenzus S.Kom., M.Si
Pembimbing**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi kian hari kian berkembang dengan cepat, faktor-faktor pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen salah satunya dipengaruhi oleh sifat personal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap dan kepercayaan terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk *online*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 203 orang dengan teknik sampling jenuh. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode analisis uji regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji kualitas data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas yang menunjukkan bahwa indikator yang digunakan valid untuk mengukur variabel yang ada. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi data berdistribusi normal, bebas multikolonieritas dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji T) variabel sikap dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk *online* di Grostas Import Batam sebesar 5.000 dan 6.421. Selanjutnya, secara simultan (uji F) variabel sikap dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk *online* sebesar 113.129. Dan koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh adalah 53.1% yang berarti keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel sikap dan kepercayaan sedangkan sisanya 46,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan yaitu sikap dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *online* Grostas Import Batam.

Kata kunci: Sikap, Kepercayaan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Technological developments are increasingly growing rapidly, purchase decision factors undertaken by consumers are influenced by personal traits. The purpose of this research is to find out the effects of attitude and trust towards purchasing decision to buy products online. The sample used in this study amounted to 203 people with saturated sampling technique. This type of research is research quantitative. This research used multiple linear regression analysis. This research result indicates that the attitude and confidence of the influential signifikansi of purchasing decisions. The quality of data used in this study uses the validity and reliability of a which showed that the indicators used are valid for measuring variables. In classical assumption, the regression of data berdistribusi normal, free multikolonieritas and not a heteroskedastisitas. The results showed that a partial (T test) the variable attitude and confidence to a positive effect significant to the decision to buy products online at Grostas Import of Batam of 5,000 and 6,421. Further, simultaneously (F Test) the variable attitude and confidence to a positive effect significant to online product purchase decision of 113.129. And coefficient of determination (adjusted R^2) that was 53.1 % which means the purchasing decision can be explained by variable attitude and confidence while the remaining 46,9 % is influenced by other variables that are not described in this research. From the results obtained the conclusion of the attitude and confidence to a positive effect on the purchasing decision of the product online Grostas Import of Batam.

Keyword: Attitude, Trust, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia, dan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak sehingga memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu dengan segenap kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom, M.SI.
2. Ketua program studi manajemen Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si
3. Bapak Heryenzus S.Kom., M.M selaku pembimbing skripsi yang telah bersedia memberikan masukan dan nasehat kepada penulis.
4. Dosen dan seluruh staf Universitas Putera Batam
5. Kepada Ibu Nurhidayah, Bapak Restu Agustiono, Mas Dian Hary Kurniawan, adik Resna Tripangestu, dan seluruh keluarga tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa, bantuan dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi.
6. Pak Dian dan Ibu Iga selaku pimpinan dan owner Grostas Import Batam yang telah mengizinkan melakukan penelitian. Terima kasih
7. Spesial thank untuk Mas Lilik, dan keluarga kampus Grace Hutagalung, Silvia Anisah dan M. Bayu Prasetya terima kasih atas dorongan semangat, tawa canda dan kebersamaan yang tidak terlupakan.
8. Sahabat sahabat yang telah menyemangati yaitu Candra, Azzah, Mbak Anna, Cika, Mbak Yani dan Bapak Hery. Terima kasih atas dukungan semangat yang luar biasa.
9. Teman-teman sebangkisan dan seangkatan selaku sahabat seperjuangan penulis yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

10. Para responden yang telah meluangkan segenap waktunya untuk mengisi dan memberikan pendapat pada kuesioner sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas segala bantuan baik moril maupun materil.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan, wawasan yang semakin luas bagi pembaca.

Batam, 07 Februari 2018

Indah Sulistiowati

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Konsep Teoritis	10
2.1.1 Sikap.....	10
2.1.1.1 Fungsi Sikap	11
2.1.1.2 Komponen Sikap	13
2.1.1.3 Karakteristik Sikap	13
2.1.1.4 Faktor Faktor yang Mempengaruhi Pembentukan Sikap	15
2.1.1.5 Bagaimana Cara Mengubah Sikap	17
2.1.1.6 Indikator Sikap	17
2.1.2 Kepercayaan	18
2.1.2.1 Dimensi Kepercayaan.....	19
2.1.2.2 Jenis Kepercayaan	20
2.1.2.3 Indikator Kepercayaan.....	20
2.1.3 Keputusan Pembelian	21
2.1.3.1 Tipe tipe pengambilan keputusan	22
2.1.3.2 Faktor Faktor Utama Penentu Keputusan pembelian Konsumen.....	23
2.1.3.3 Proses Keputusan Pembelian.....	24
2.1.3.3.1 Peran Dalam Pembelian	24
2.1.3.3.2 Jenis Prilaku Keputusan Pembelian	25
2.1.3.3.3 Meneliti Proses Keputusan Pembelian.....	25
2.1.3.3.4 Tahap Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian	25
2.1.3.4 Struktur Keputusan Pembelian	28
2.1.3.5 Indikator Keputusan Pembelian	30
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Kerangka Pemikiran	34
2.4 Hipotesis	35

BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1. Desain Penelitian	36
3.2. Operasional Variabel	36
3.2.1. Variabel Bebas (<i>independent</i>)	37
3.2.2. Variabel Terikat (<i>Dependent</i>)	38
3.3. Populasi dan Sampel	40
3.3.1 Populasi	40
3.3.2 Sampel	40
3.4. Teknik Pengumpulan Data	41
3.4.1 Metode Pengumpulan Data	41
3.5. Metode Analisis data	43
3.5.1 Statistik Deskriptif	43
3.5.2 Uji Kualitas Data	43
3.5.2.1 Uji Validitas Data	43
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	44
3.5.3 Uji Asumsi klasik	45
3.5.3.1 Uji Normalitas	45
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas	46
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas	46
3.5.4 Uji Pengaruh	47
3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda	47
3.5.4.2 Analisis Determinasi (R^2)	48
3.5.5 Uji Hipotesis	48
3.5.5.1 Uji t	48
3.5.5.2 Uji F	49
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian	50
3.6.1 Lokasi Penelitian	50
3.6.2 Jadwal Penelitian	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1. Gambaran Umum Responden	52
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian <i>Online</i>	53
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Media Elektronik	54
4.2. Hasil Penelitian	55
4.2.1 Analisis Deskriptif	55
4.2.1.1 Analisis Deskriptif Variabel Sikap	55
4.2.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan	57
4.2.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Produk <i>Online</i>	57
4.2.2 Uji Kualitas Data	58
4.2.2.1 Uji Validitas Data	59
4.2.2.1.1 Uji Validitas Data Sikap (x_1)	59
4.2.2.1.2 Uji Validitas Data Kepercayaan (x_2)	60
4.2.2.1.3 Uji Validitas Data Keputusan Pembelian Produk <i>Online</i> (Y)	60
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	61
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	62

4.2.3.1 Uji Normalitas	62
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas	65
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas	65
4.2.4 Uji Pengaruh	67
4.2.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda	67
4.2.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	69
4.2.5 Uji Hipotesis	70
4.2.5.1 Uji T	70
4.2.5.2 Uji F	71
4.3 Pembahasan	72
4.3.1 Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Pembelian	72
4.3.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	73
4.3.3 Pengaruh Sikap dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Data Karakteristik Responden dan Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 5 Hasil Output Spss 24

Lampiran 6 r-tabel, t-tabel, f-tabel

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Data Jumlah konsumen <i>Cancel</i>	5
Gambar 1. 2 Data Penjualan	6
Gambar 2. 1 Model Proses Pembelian Lima Tahap.....	26
Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir Teoritis	34
Gambar 4. 1 Histogram Normalitas	63
Gambar 4. 2 <i>Normal P-P Plot Regression Standardized</i>	63
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas.....	66

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Variabel dan Operasional Variabel	39
Tabel 3. 2 Instrumen dengan Menggunakan Skala Likert	43
Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian	51
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4. 3 Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian <i>Online</i>	53
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Media Elektronik	54
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Sikap (X_1)	56
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan (X_2)	57
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	58
Tabel 4. 8 Uji Validitas Sikap (X_1)	59
Tabel 4. 9 Uji Validitas Kepercayaan (X_2)	60
Tabel 4. 10 Uji Validitas Keputusan Pembelian Produk <i>Online</i> (X_2)	61
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	64
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas melalui uji Gleyser	67
Tabel 4. 15 Hasil Uji Linear Berganda	68
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69
Tabel 4. 17 Hasil Uji t	70
Tabel 4. 18 Hasil Uji F	72

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3. 1 <i>Pearson Product Moment</i>	44
Rumus 3. 2 <i>Cronbach`s Alpha</i>	45
Rumus 3. 3 Regresi Linier Berganda	47
Rumus 3. 4 Uji t	48
Rumus 3. 5 Uji F	49