

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP MINAT BELI DI SITUS E-COMMERCE
BUKALAPAK DI BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Derma.H.Pane

160610020

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP MINAT BELI DI SITUS E-COMMERCE
BUKALAPAK DI BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh :

Derma.H.Pane

160610020

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Derma.H.Pane
NPM : 160610020
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Situs E-commerce Bukalapak Di Batam

Adalah hasil karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana atau megister), baik universitas putera batam maupun perguruan tinggi lainnya. Skripsi ini adalah murni, gagasan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan pembimbing. Dalam skripsi ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam datar pustaka.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai yang berlaku di perguruan tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 23 Januari 2021



Derma.H.Pane
160610020

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP MINAT BELI DI SITUS E-COMMERCE
BUKALAPAK DI BATAM**

SKRIPSI

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

Oleh:

Derma.H.Pane

160610020

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

Batam, 23 Januari 2021



Tiurniari Purba, S.E., M.M.

Pembimbing

ABSTRAK

Kemajuan teknologi saat ini sangatlah berpengaruh terhadap kinerja untuk kebutuhan manusia, karena teknologi mampu memberikan layanan yang menguntungkan bagi manusia perkembangan teknologi informasi semakin banyak dilakukan untuk membantu dalam pembuatan bisnis. Bisnis online sangat dibutuhkan dalam sebuah aktivitas pembeli dalam keseharian, hal ini mengakibatkan pembeli ataupun konsumen memilih salah satu toko online sebagai tempat berbelanja yang dapat memberikan kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen terhadap minat beli di situs *e-commerce* metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode non probability sampling dengan teknik accidental sampling. Metode pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner, sampel yang digunakan penelitian ini sebanyak 100 responden yang melakukan transaksi pada toko Bukalapak data yang telah terkumpul dalam penelitian ini dianalisis dengan analisis regresi linear berganda dengan bantuan alat hitung SPSS (*Statistic product and service solution*) versi 25. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil uji t, diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli di situs *e-commerce* Bukalapak, kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli di situs *e-commerce* Bukalapak, kepercayaan konsumen berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli di situs *e-commerce* Bukalapak. Kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli di situs *e-commerce* Bukalapak Di Batam

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Konsumen, dan Minat Beli

ABSTRACT

Current technological advances emphasize human needs, technologies that provide the needs that support the information technology community that are carried out to assist in making business. Online business is very much needed in the activities of buyer in their daily lives. This study discusses site product quality, service quality, consumer confidence in buying interest on e-commerce sites. The sampling method used is non probability sampling method with accidental sampling technique. The data collection method uses questionnaire, the sample used in this study amounted to 100 respondent who conducted transactions in Bukalapak stores. The data collected in this study were analyzed by linear multiple regression analysis with the help of SPSS (statistical product and service solution) versi 25. Results Bukalapak, related service quality and significant on buying interest on e-commerce sites, Bukalapak consumer confidence, and significant on buying interest in the study. On the e-commerce site Bukalapak. product quality, service quality, consumer trust together have a significant interest in buying interest on the Bukalapak e-commerce site in Batam.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Consumer Trust, and Purchase Interest*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala berkat rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merukan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program study strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis 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 ini 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 Husada, S.Kom., M.Si selaku Rektor Universitas Putera Batam
2. Bapak Dr. Hendri Herman,SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si selaku Ketua Program Study Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini sudah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis:
6. Tersayang kepada Orang tua Ammad Pane (+), Asmaria Pangaribuan yang setia memberi dukungan, doa, nasihat, serta motivasi kepada penulis.
7. Hotdi Aman Pane, Defrika Mardiana Pane, Bulfen Erikson Pane, Delifriati Pane dan Tiarmalia Basayani Pane selaku saudara kandung dari penulis yang selalu memberi pinjaman berupa uang, dukungan doa, motivasi.
8. Teman-teman seperjuangan Program Study Manajemen Jhony Handika, Pebrianti Simanjuntak, Ade Junita, Perawati, Jaya Ricardo S, Orisman Harepa, Marianawati Siregar yang selalu memberi dukungan, menyemangati dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis ucapkan dalam penelitian

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya. Akhir kata besar harapan peneliti agar skripsi ini dapat berguna dan bermamfaat bagi semua pihak dan pembaca budiman.

Batam, 23 Januari 2021

Derma.H.Pane

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR RUMUS.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	10
1.3. Batasan Masalah.....	11
1.4. Rumusan Masalah.....	11
1.5. Tujuan Masalah.....	12
1.6. Mamfaat Penelitian.....	12
1.6.1. Mamfaat Teoritis.....	13
1.6.2. Mamfaat Praktis.....	13
BAB IV TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kualitas Produk.....	14
2.1.1. Pengertian kualitas produk.....	14
2.1.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk.....	15
2.1.3. Indikator Kualitas Produk.....	15
2.2. Kualitas Pelayanan.....	16
2.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	16
2.2.2. Indikator Kualitas pelayanan.....	17
2.3. Kepercayaan Konsumen.....	18
2.3.1. Pengertian Kepercayaan Konsumen.....	18
2.3.2. Indikator Kepercayaan Konsumen.....	19
2.4. Minat Beli.....	19
2.4.1. Pengertian Minat Beli.....	19
2.4.2. Indikator Minat Beli.....	20
2.4.3. Aspek-aspek yang terdapat dalam minat beli.....	21
2.5. Penelitian Terdahulu.....	22
2.6. Kerangka Pemikiran.....	23
2.7. Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian.....	25
3.2. Defenisi Operasional.....	25
3.3. Populasi dan sampel.....	28
3.3.1. Populasi.....	28
3.3.2. Sampel.....	28
3.4. Teknik pengumpulan data.....	29

3.4.1. Skala pengukuran	30
3.5. Alat pengumpulan data	30
3.6. Metode analisis data	30
3.6.1. Analisis Deskriptif	31
3.6.2. Uji Validitas Data	31
3.6.3. Uji Reabilitas Data	32
3.7. Uji Asumsi Klasik	33
3.7.1. Uji Multikolinieritas	33
3.7.2. Uji Normalitas	34
3.7.3. Heteroskedastisitas	34
3.8. Uji Hipotesis	34
3.8.1. Analisis Regresi Linear Berganda	35
3.8.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	35
3.8.3. Uji Signifikan Koefisien Regresi Secara Bersamaan (Uji F)	36
3.8.4. Uji signifikasi Koefisien regresi secara parsial (t)	37
3.9 Lokasi Dan jadwal Penelitian	38
3.10 Jadwal Penelitian	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	40
4.1.1. Analisis Statistik Deskriptif Responden	40
4.1.1.1 Jenis Kelamin	40
4.1.1.2. Usia	41
4.1.1.3. Pendidikan	41
4.1.1.4. Pekerjaan	42
4.1.1.5. Jumlah Belanja Di Bukalapak	43
4.1.2. Analisis Deskriptif	43
4.2. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	53
4.2.1. Uji Validitas	53
4.2.2. Uji Reliabilitas	55
4.3. Hasil Penelitian Uji Asumsi Klasik	56
4.3.1. Uji Normalitas	56
4.3.2. Uji Multikolinieritas	57
4.3.3. Uji Heterokedastisitas	58
4.4. Uji Pengaruh	59
4.4.1. Analisis Uji Regresi Linear Berganda	59
4.4.2. Analisis Uji Koefisien Determinasi (R^2)	60
4.5. Hasil Penelitian Uji Hipotesis	61
4.5.1. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)	61
4.5.2. Uji Koefisien Secara Simultan (Uji F)	62
4.6. Pembahasan	63
4.6.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Bukalapak	63
4.6.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Bukalapak	64
4.6.3. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Bukalapak	64
4.6.4. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Bukalapak	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	

5.1. Kesimpulan	66
5.2. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Penghargaan Website Situs E-commerce Tahun 2020	6
Tabel 1. 2 Keluhan Pelanggan Bukalapak.com.....	6
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	26
Tabel 3. 2 Skala Likert	30
Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian.....	39
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 2 Usia.....	41
Tabel 4. 3 Pendidikan.....	41
Tabel 4. 4 Pekerjaan	42
Tabel 4. 5 Jumlah Belanja	43
Tabel 4. 6 Kategori Rentang Skala.....	45
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1)	45
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	48
Tabel 4. 9 Analisis Variabel Kepercayaan Konsumen (X3)	50
Tabel 4. 10 Analisis Variabel Minaat Beli (Y).....	51
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Independen (X1, X2 dan X3)	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Dependen (Y)	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4. 14 Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4. 15 Uji Heterokedastisitas	59
Tabel 4. 16 Uji regresi linear berganda	59
Tabel 4. 17 Uji Keofesien Determinasi (R^2).....	60
Tabel 4. 18 Uji T	61
Tabel 4. 19 Uji F.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna e-commerce di Indonesia Tahun 2020.....	2
Gambar 1. 2 Jumlah pengunjung website Bukalapak.com 2019/2020.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4. 1 uji normalitas grafik histogram.....	57

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Lemeshow	28
Rumus 3. 2 Rentang Skala	31
Rumus 3. 3 Korelasi	32
Rumus 3. 4 Uji Reabilitas	33
Rumus 3. 5 Regresi Linear Berganda.....	35
Rumus 3. 6 Koefisien Determinan	36
Rumus 3. 7 Uji F	37
Rumus 3. 8 Uji t	38