

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN,
KEAMANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
SOSIAL *COMMERCE* TIKTOK *SHOP*
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Cici Astriani Br Manullang
200910211**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN,
KEAMANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
SOSIAL *COMMERCE* TIKTOK *SHOP*
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh:

**Cici Astriani Br Manullang
200910211**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawa ini saya :

Nama : Cici Astriani Br Manullang
NPM : 200910211
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KEAMANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SOSIAL *COMMERCE* TIKTOK *SHOP* DI KOTA BATAM

Adalah hasil karya dari sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam 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 pernyataan di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar sarjana 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, 15 Juli 2024



Cici Astriani Br Manullang
200910211

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN,
KEAMANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
SOSIAL *COMMERCE* TIKTOK *SHOP*
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Cici Astriani Br Manullang
200910211**

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

Batam, 15 Juli 2024



Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.

Pembimbing



ABSTRAK

Riset ini berpusat pada individu yang sudah pernah membeli produk di TikTok *Shop* di Kota Batam pada tahun 2024, walaupun jumlah keseluruhan pelanggan tidak diketahui. Riset ini mempelajari hubungan antara kepercayaan konsumen, keamanan, serta kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan memakai metode sampling purposive, 204 responden diseleksi berdasarkan pada metode Jacob Cohen. Proses analisa data melibatkan uji kualitas data, uji asumsi klasik, serta uji hipotesis melalui regresi linier berganda. Hasil analisa regresi linier berganda membuktikan bahwa kepercayaan konsumen memberikan pengaruh sebesar 33,8% terhadap keputusan pembelian, keamanan memberikan pengaruh sebesar 49,4%, serta kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 43,2%. Secara keseluruhan, koefisien determinasi (R^2) mengindikasikan bahwa kepercayaan konsumen, keamanan, dan kualitas produk bisa menjelaskan 49,5% variasi dalam keputusan pembelian. Tidak hanya itu, hasil uji T serta uji F mengonfirmasi bahwa kepercayaan konsumen, keamanan, dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan, baik secara individu ataupun bersama-sama, terhadap keputusan pembelian konsumen pada sosial commerce TikTok *Shop* di Kota Batam.

Kata Kunci: Kepercayaan Konsumen, Keamanan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research focuses on individuals who have purchased products at the TikTok Shop in Batam City in 2024, although the total number of customers is unknown. This research studies the relationship between consumer trust, safety and product quality on consumer purchasing decisions. Using a purposive sampling method, 204 respondents were selected based on the Jacob Cohen method. The data analysis process involves data quality testing, classical assumption testing, and hypothesis testing through multiple linear regression. The results of multiple linear regression analysis prove that consumer trust has an influence of 33.8% on purchasing decisions, security has an influence of 49.4%, and product quality has an influence of 43.2%. Overall, the coefficient of determination (R²) indicates that consumer trust, safety, and product quality can explain 49.5% of the variation in purchasing decisions. Not only that, the results of the T test and F test confirm that consumer trust, safety and product quality have a significant influence, both individually and collectively, on consumer purchasing decisions at the TikTok Shop social commerce in Batam City.

Keywords: *Consumer Trust, Security, Purchasing Decisions.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan atas ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, kasih dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Keamanan dan Kualitas Produk Pada Sosial *Commerce* Tiktok *Shop* di Kota Batam”. Skripsi ini ditulis untuk memenuhi persyaratan Sarjana (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, 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 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 Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom M.Si., Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam dan Pembimbing Akademik serta Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan kepada penulis.
5. Kedua orang tua saya Nelson Manullang dan Desma Wati Br Sagala yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
6. Abang saya Sahat Fernando Manullang, dan adek-adek saya Fransiskanes Anggitta Br Manullang, Anggrek Viranda Br Manullang, dan Tirta Ganda Manullang yang juga selalu memberikan saya semangat untuk menyusun skripsi ini.
7. Teruntuk Demi Toza Sembiring yang selalu memberi semangat untuk saya dan selalu mendukung saya dalam menyusun skripsi ini, dan
8. Teman saya Mitha Oktavia Siadari, Frania Inwardli Putri Gulo, Greis Putri Lase, Liberniwati Laoli, Girltry Persada Sitohang dan Renita Gultom yang sudah membantu saya dalam menyusun skripsi ini.
9. Terakhir untuk diri saya sendiri yang telah berusaha dan bekerja keras selama menyusun skripsi. Saya bangga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Batam, 15 Juli 2024



Cici Astriani Br Manullang



DAFTAR ISI

COVER	
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KEAMANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SOSIAL <i>COMMERCE</i> TIKTOK <i>SHOP</i> DI KOTA BATAM.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Batasan Masalah.....	13
1.4 Rumusan Masalah	14
1.5 Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Penelitian.....	15
1.6.1 Manfaat Teoritis	15
1.6.2 Manfaat Praktis.....	15
BAB II	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Kajian Teori	17
2.1.1 Kepercayaan Konsumen	17
2.1.1.1 Pengertian Kepercayaan.....	17
2.1.1.2 Faktor Kepercayaan Konsumen	18
2.1.1.3 Indikator Kepercayaan Konsumen	19
2.1.2 Keamanan	20
2.1.2.1 Pengertian Keamanan	20
2.1.2.2 Dimensi Keamanan.....	21

2.1.2.3 Indikator Keamanan.....	22
2.1.3 Kualitas Produk.....	23
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	23
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Produk.....	24
2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk.....	24
2.1.4 Keputusan Pembelian Konsumen.....	25
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen.....	25
2.1.4.2 Faktor Keputusan Pembelian Konsumen.....	26
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian Konsumen.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
2.3.1 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	34
2.3.2 Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	35
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen ...	35
2.3.4 Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Keamanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.4 Hipotesis.....	36
BAB III	38
METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Sifat Penelitian.....	38
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	38
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	38
3.3.2 Periode Penelitian.....	39
3.4 Populasi dan Sampel.....	40
3.4.1 Populasi.....	40
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	40
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	41
3.5 Sumber Data.....	42
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	43
3.7.1 Variabel Independen (X).....	43

3.7.2 Variabel Dependen (Y).....	43
3.8 Metode Analisis Data	44
3.8.1 Uji Statistik Deskriptif.....	44
3.8.2 Uji Kualitas Data	45
3.8.2.1 Uji Validitas	45
3.8.2.2 Uji Reliabilitas	46
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	46
3.8.3.1 Uji Normalitas	46
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas	46
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	46
3.8.4 Uji Pengaruh.....	47
3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	47
3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	47
3.9 Uji Hipotesis	48
3.9.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t	48
3.9.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F.....	49
BAB IV	50
HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum dan Objek Peneletan	50
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	51
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	52
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	53
4.3.1 Kepercayaan Konsumen	53
4.3.2 Keamanan	55
4.3.3 Kualitas Produk	56
4.3.4 Keputusan Pembelian	58
4.4 Analisis Data.....	60
4.4.1 Uji Validitas Data.....	60
4.4.1.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen (X1)	61
4.4.1.2 Hasil Uji Validitas Variabel Keamanan (X2)	62

4.4.1.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X3).....	63
4.4.1.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)..	64
4.4.2 Uji Reliabilitas Data	66
4.4.3 Uji Asumsi Klasik	67
4.4.3.1 Uji Normalitas	67
4.4.3.2 Uji Multikolinearitas.....	68
4.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.4.4 Uji Pengaruh	70
4.4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda	70
4.4.4.2 Analisis Koefisien Determinasi.....	71
4.5 Uji Hipotesis	72
4.5.1 Uji T (Parsial).....	72
4.5.2 Uji F (Simultan)	73
4.6 Pembahasan	74
4.6.1 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	74
4.6.2 Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	75
4.6.3 Pengaruh Kualitas Prouk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen....	76
4.6.4 Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Keamanan dan Kualitas Prouk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	77
4.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	78
BAB V	80
SIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Simpulan.....	80
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN 1 – PENDUKUNG PENELITIAN	84
LAMPIRAN 2 – RIWAYAT HIDUP.....	136
LAMPIRAN 3 – SURAT KETERANGAN PENELITI.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Tokopedia dan Tiktok Shop di Indonesia	4
Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran	36
Gambar 4. 1 Grafik Normal P-Plot	67
Gambar 4. 2 Grafik Histogram	67
Gambar 4. 3 Grafik <i>Scatterplot</i>	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Keluhan Pelanggan Terkait Kepercayaan Terhadap Produk Powerbank	6
Tabel 1. 2 Keluhan Pelanggan Terkait Keamanan di Tiktok <i>Shop</i>	7
Tabel 1. 3 Keluhan Pelanggan Mengenai Kualitas Produk Blazer	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3. 1 Periode Penelitian	39
Tabel 3. 2 Pemberian Skor Kuisisioner	42
Tabel 3. 3 Definisi Operasional	43
Tabel 3. 4 Kategori Rentang Skala	45
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4. 4 Skor Indikator Variabel Kepercayaan Konsumen.....	54
Tabel 4. 5 Skor Indikator Variabel Kepercayaan Konsumen.....	55
Tabel 4. 6 Skor Indikator Variabel Kualitas Produk.....	57
Tabel 4. 7 Skor Indikator Variabel Keputusan Pembelian	58
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Keamanan.....	62
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	63
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	64
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	68
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4. 15 Analisis Linear Berganda	70
Tabel 4. 16 Analisis Koefisien Determinasi	71
Tabel 4. 17 Uji T (Parsial)	73
Tabel 4. 18 Uji F (Simultan).....	74

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 <i>Jacob Cohen</i>	40
Rumus 3. 2 Rentang Skala	44
Rumus 3. 3 Regresi Linear Berganda	47
Rumus 3. 4 T Hitung	48
Rumus 3. 5 <i>F Hitung</i>	49