

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KERAGAMAN
PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT KINTA SUKSES
CEMERLANG**

SKRIPSI



**Oleh:
Hendly Winata
210910086**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KERAGAMAN
PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT KINTA SUKSES
CEMERLANG**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Hendly Winata
210910086**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Hendly Winata

NPM : 210910086

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Kepercayaan, Keragaman Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di PT Kinta Sukses Cemerlang ”

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, 14 Juli 2025



Hendly Winata
210910086

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KERAGAMAN
PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT KINTA SUKSES
CEMERLANG**

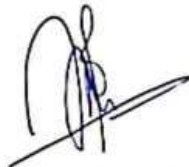
SKRIPSI

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

**Oleh
Hendly Winata
210910086**

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

Batam, 14 Juli 2025



**Hikmah, S.E., M.Si.
Pembimbing**



ABSTRAK

Kemajuan teknologi digital telah merevolusi cara perusahaan berinteraksi dengan konsumennya, termasuk dalam memengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana kepercayaan konsumen, variasi produk yang ditawarkan, serta kualitas produk berperan dalam membentuk keputusan pembelian di PT Kinta Sukses Cemerlang. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif, penelitian ini melibatkan 327 pelanggan sebagai populasi, dengan 180 responden terpilih melalui rumus *Slovin* dan teknik *simple random sampling*. Proses analisis mencakup uji validitas dan reliabilitas, pemeriksaan asumsi klasik, regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa secara parsial, kepercayaan, keragaman produk, dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini juga diperkuat secara simultan, di mana ketiga variabel tersebut bersama-sama menunjukkan kontribusi yang nyata terhadap peningkatan keputusan pelanggan dalam membeli. Keseluruhan hasil ini menegaskan bahwa strategi perusahaan dalam membangun kepercayaan, menawarkan pilihan produk yang variatif, serta menjaga mutu produk secara konsisten merupakan langkah kunci dalam mengoptimalkan keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Kepercayaan, Keputusan Pembelian, Keragaman Produk, Kualitas Produk.

ABSTRACT

The advancement of digital technology has revolutionized the way companies interact with their consumers, including in influencing the purchasing decision-making process. This study aims to examine the extent to which consumer trust, product variety offered, and product quality play a role in shaping purchasing decisions at PT Kinta Sukses Cemerlang. Using a quantitative approach with a descriptive design, this study involved 327 customers as the population, with 180 respondents selected through the Slovin formula and simple random sampling techniques. The analysis process includes validity and reliability tests, classical assumption checks, multiple linear regression, and hypothesis testing through t-tests and F-tests. The results of the study indicate that partially, trust, product variety, and product quality have a positive and significant influence on purchasing decisions. This finding is also reinforced simultaneously, where the three variables together show a real contribution to increasing customer decisions in purchasing. Overall, these results confirm that the company's strategy in building trust, offering a variety of product choices, and maintaining product quality consistently are key steps in optimizing consumer purchasing decisions.

Keywords: *Product Diversity, Product Quality, Purchase Decision, Trust.*

KATA PENGANTAR

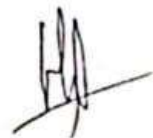
Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program 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., CPS. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Ibu Hikmah, S.E., 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 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, 14 Juli 2025



Hendly Winata



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1 Secara Teoritis.....	10
1.6.2 Secara Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	13
2.1.1 Kepercayaan	13
2.1.1.1 Pengertian Kepercayaan.....	13
2.1.1.2 Faktor Kepercayaan.....	14
2.1.1.3 Indikator Kepercayaan	15
2.1.2 Keragaman Produk.....	17
2.1.2.1 Pengertian Keragaman Produk.....	17
2.1.2.2 Faktor Keragaman Produk	18
2.1.2.3 Indikator Keragaman Produk	20
2.1.3 Kualitas Produk.....	23
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	23
2.1.3.2 Faktor Kualitas Produk.....	24
2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk	25
2.1.4 Keputusan Pembelian	28
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	28
2.1.4.2 Faktor Keputusan Pembelian	29
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	30
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35
2.3.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.3.2 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.4 Hipotesis.....	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	38
3.2	Sifat Penelitian	38
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	39
3.3.1	Lokasi Penelitian	39
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>	42
3.5	Sumber Data	42
3.6	Metode Pengumpulan Data	43
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	45
3.7.1	Variabel Independen (X)	45
3.7.2	Variabel Dependen (Y)	45
3.8	Metode Analisis Data	47
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	47
3.8.2	Uji Kualitas Data	48
3.8.2.1	Uji Validitas	48
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	49
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	51
3.8.3.1	Uji Normalitas	51
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	52
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	53
3.8.4	Uji Pengaruh	54
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	54
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	55
3.9	Uji Hipotesis	56
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t	56
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	60
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Toko	60
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	61
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Nilai Total Belanjaan	61
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Quantity</i> Belanjaan	62
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	63
4.3.1	Deskriptif Kepercayaan (X1)	63
4.3.2	Deskriptif Keragaman Produk (X2)	65
4.3.3	Deskriptif Kualitas Produk (X3)	66
4.3.4	Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	67
4.4	Analisis Data	68

4.4.1 Uji Kualitas Data	68
4.4.1.1 Uji Validitas	68
4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	71
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	72
4.4.2.1 Uji Normalitas	72
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas	75
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	76
4.4.3 Uji Pengaruh.....	77
4.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	79
4.5 Pengujian Hipotesis.....	80
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	80
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	81
4.6 Pembahasan.....	82
4.6.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	82
4.6.2 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
4.6.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
4.6.4 Pengaruh Kepercayaan, Keragaman Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	85
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	88
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	91
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Histogram	72
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan Diagram <i>Normal P-P Plot</i>	73
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	76

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Keluhan Konsumen Pada PT Kinta Sukses Cemerlang 2024-2025.....	3
Tabel 1.2 Perbandingan Produk PT Kinta Sukses Cemerlang Dengan Perusahaan Sejenis.....	4
Tabel 1.3 <i>Retur</i> Produk PT Kinta Sukses Cemerlang 2024-2025	5
Tabel 1.4 Jumlah Pelanggan PT Kinta Sukses Cemerlang 2024-2025	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	39
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kusisioner.....	44
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	46
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala.....	48
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Domisili Toko.....	60
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	61
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Nilai Total Belanjaan.....	62
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan <i>Quantity</i> Belanjaan.....	62
Tabel 4.5 Rentang Skala.....	63
Tabel 4.6 Deskriptif Kepercayaan.....	64
Tabel 4.7 Deskriptif Keragaman Produk.....	65
Tabel 4.8 Deskriptif Kualitas Produk.....	66
Tabel 4.9 Deskriptif Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 4.10 Uji Validitas Kepercayaan (X1)	68
Tabel 4.11 Uji Validitas Keragaman Produk (X2)	69
Tabel 4.12 Uji Validitas Kualitas Produk (X3)	69
Tabel 4.13 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	70
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	74
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4.17 Uji Heteroskedastisitas <i>Park Glejser</i>	77
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	78
Tabel 4.19 Hasil Uji Analisis Koefesien Determinasi (R^2).....	79
Tabel 4.20 Hasil Uji t (Parsial).....	80
Tabel 4.21 Hasil Uji f (Simultan).....	82

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Slovin</i>	41
Rumus 3.2 Rentang Skala	47
Rumus 3.3 <i>Pearson Correlation</i>	49
Rumus 3.4 <i>Alpha Crobach</i>	50
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda.....	54
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	56
Rumus 3.7 Uji t	57
Rumus 3.8 Uji f.....	58