

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN,
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

ELYANA

170910117

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN,
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh:

ELYANA

170910117

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Elyana
NPM : 170910117
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul :

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE DI KOTA BATAM”.

Adalah hasil karya saya sendiri bukan duplikasi dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, dalam naskah skripsi tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau di terbit oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

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

Batam, 28 January 2021

Yang membuat pernyataan,



Elyana
170910117

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN,
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

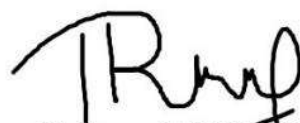
Oleh:

Elyana

170910117

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

Batam, 28 Januari 2021


Raymond, S.E., M.Sc.
Pembimbing

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menjelaskan variabel kualitas yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (2) menjelaskan variable kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (3) menjelaskan variable *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (4) menjelaskan kualitas produk, kepercayaan dan *brand image* secara Bersama-sama membuktikan adanya pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Variable penelitian ini meliputi Kualitas Produk, Kepercayaan, *Brand image* dan keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah warga perumahan pondok asri indah yang pernah melakukan transaksi pembelian online produk pakaian pada *e-commerce* Shopee. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 110 responden yang diambil dengan menggunakan purposive sampling dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Data pada penelitian ini diolah menggunakan spss (StatisticalwPackage for SocialsSciences) versi 25 for windows. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variable kualitas produk (x1), kepercayaan (2) dan *brand image* (3) berpengaruh signifikan secara Bersama-sama terhadap keputusan pembelian (Y).

Kata Kunci: *Brand Image*; Kepercayaan; Keputusan Pembelian; Kualitas Produk.

ABSTRACT

This study aims to (1) explain the quality variables that do not have a significant effect on purchasing decisions (2) explain that the trust variable has a positive and significant effect on purchasing decisions (3) explains that the brand image variable has a positive and significant effect on purchasing decisions (4) explains the quality product, trust and brand image collectively prove that there is a significant influence on purchasing decisions. This type of research is a quantitative method. The variables of this study include product quality, trust, brand image and purchase decisions. The population in this study were residents of Pondok Asri Indah housing estate who had made online purchases of clothing products at Shopee e-commerce. The sample used in this study were 110 respondents who were taken using purposive sampling and data collection methods using a questionnaire. The data analysis used was descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The data in this study were processed using spss (Statistical Package for Social Sciences) version 25 for windows. The results of multiple linear regression analysis show that the variable product quality (X1), trust (X2) and brand image (X3) have a significant effect together on purchasing decisions (Y).

Keywords: *Brand Image; Product Quality; Purchasing Decision; Trust.*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi Manajemen Bisnis Universitas Batam.

Penulis menyadari bahwa proposal 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 Husda, S.Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. 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 Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak Raymond, S.E., M.Sc. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang telah menyediakan waktu dalam memberikan bimbingan dan petunjuk sampai selesainya skripsi ini;
5. Seluruh Dosen dan Staff Univeristas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan;
6. Teman-teman se-angkatan yang selalu membantu dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufikNya, Amin.

Batam, 28 Januari 2021

(Elyana)

DAFTAR ISI

Halaman

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN, DAN <i>BRAND IMAGE</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE DI KOTA BATAM	
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN, DAN <i>BRAND IMAGE</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE DI KOTA BATAM	
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN, DAN <i>BRAND IMAGE</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE DI KOTA BATAM	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	11
1.3. Batasan Masalah.....	12
1.4. Rumusan Masalah	12
1.5. Tujuan Penelitian.....	13
1.6. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II	15
KAJIAN TEORI	15
2.1. Teori Dasar	15
2.1.1. Kualitas Produk.....	15
2.1.2. Kepercayaan.....	17

2.1.3.	Brand Image.....	20
2.1.4.	Keputusan Konsumen.....	22
2.2	Penelitian Terdahulu.....	24
2.3	Kerangka Pemikiran	26
2.4	Hipotesis	27
BAB III		28
METODE PENELITIAN		28
3.1.	Desain Penelitian	28
3.2.	Definisi Operasional Variabel	28
3.2.1.	Variabel Bebas (Variabel Independen).....	28
3.2.2.	Variabel Terikat (Variabel Dependen)	29
3.3.	Populasi Dan Sampel.....	32
3.3.1.	Populasi.....	32
3.3.2.	Sampel	32
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	34
3.4.1.	Pengertian Teknik Pengumpulan Data	34
3.4.2.	Alat Pengumpulan Data	34
3.5.	Metode Analisis Data	35
3.5.1.	Analisis Deskriptif.....	35
3.5.2.	Uji Kualitas Data	35
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik.....	37
3.5.4.	Uji Pengaruh	38
3.6.	Lokasi dan Jadwal Penelitian	41
3.6.1.	Lokasi Penelitian.....	41
3.6.2.	Jadwal Penelitian	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		42
4.1.	Identifikasi Responden	42
4.1.1.	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.1.2.	Data Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.1.3.	Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
4.1.4.	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	44

4.1.5. Data Responden Berdasarkan Berapa Kali Responden Melakukan Transaksi Pembelian di <i>E-commerce</i> Shopee	44
4.2. Hasil Penelitian.....	45
4.2.1. Analisis Deskriptif.....	45
4.3. Hasil Pengujian Kualitas Data.....	54
4.3.1. Hasil Penguji Validitas Instrumen.....	54
4.3.2. Hasil Penguji Reliabilitas Instrumen	57
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	58
4.4.1. Hasil Uji Normalitas	58
4.4.2. Hasil Uji Multikolinearitas	60
4.4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	61
4.5. Hasil Uji Pengaruh	62
4.5.1. Analisis Regresi Linear Berganda	62
4.5.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2	63
4.6. Hasil Uji Hipotesis Penelitian	63
4.6.1. Uji t (Parsial).....	63
4.6.2. Hasil Uji F.....	65
4.7. Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
4.7.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	66
4.7.2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.7.3. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.7.4. Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1. Kesimpulan.....	69
5.2. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
Lampiran 1	
Pendukung Penelitian	
Penelitian Terdahulu	
Lampiran 2	

Daftar Riwayat Hidup
Lampiran 3
Surat Izin Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 4.2 Diagram Histogram	59
Gambar 4.3 Diagram Normal P-P Plot Regression Standardized	59

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top 10 Toko Online Yang Sering Dikunjungi.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terhadulu.....	24
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	30
Tabel 3.2 Skala Likert	34
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	41
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasar Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasar Usia.....	43
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasar Pendidikan Terakhir	43
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasar Pekerjaan.	44
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasar Berapa Kali Responden Melakukan Transaksi Pembelian di E-commerce Shopee.....	45
Tabel 4.6 Rentang Skala Kriteria Analisis Deskriptif.....	46
Tabel 4.7 Nilai Rata-Rata Variabel Kualitas Konsumen	47
Tabel 4.8 Nilai Rata-Rata Variabel Kepercayaan	49
Tabel 4.9 Nilai Rata-Rata Variabel Brand Image	50
Tabel 4.10 Nilai Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.11 Output Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	54
Tabel 4.12 Hasil Validitas Kepercayaan (X2).....	55
Tabel 4.13 Hasil Validitas Brand Image (X3).....	55
Tabel 4.14 Output Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	56
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	57
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas Kepercayaan.....	57
Tabel 4.17 Uji Reliabilitas Brand Image.....	58
Tabel 4.18 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 4.19 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	60
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.21 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61

Tabel 4.22 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi	63
Tabel 4.24 Hasil Uji t	64
Tabel 4.25 Hasil Uji F	65

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Sampel Slovin.....	33
Rumus 3.2 Rumus Validitas.....	35
Rumus 3.3 Koefisien Reliability	36
Rumus 3.4 Regresi Berganda.....	38
Rumus 3.5 Uji T	39
Rumus 3.6 Uji F	40