

SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, KUALITAS
PRODUK, KUALITAS INFORMASI DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA UKDC
PADA TOKOPEDIA**



Oleh:

LIA NUR LIKA

16116025

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA**

2020

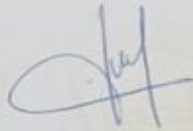
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Lia Nur Lika dengan NPM 16116025

Telah diuji pada hari Rabu, 22 Juli 2020

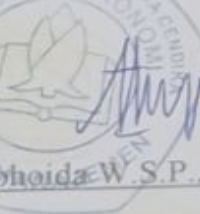
Dinyatakan LULUS oleh :

Ketua Tim Penguji



Lilik Indrawati, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi,



Dr. Thyophoida W.S.P., M.M

Ketua Program Studi,



Lilik Indrawati, S.E., M.M.

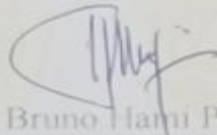
Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Lia Nur Lika
NPM : 16116025
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Produk, Kualitas Informasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa UKDC Pada Tokopedia

Dosen Pendamping,

02 Juli 2020



(Drs. Ec. Bruno Hami Pahar, M.M.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi



(Lilik Indrawati, S.E., M.M.)

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, KUALITAS PRODUK,
KUALITAS INFORMASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MAHASISWA UKDC PADA TOKOPEDIA**

Telah diuji dan dipertahankan
dihadapan Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma
Cendika Jurusan Manajemen

Pada Hari Tanggal Bulan Tahun 2020

Disusun oleh :

Nama : Lia Nur Lika
NPM : 16116025
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen

Tim Penguji :

Nama



1. Lilik Indrawati, S.E., M.M
2. Dr. Thyophoida W.S.P., M.M
3. Drs. Bruno Hami Pahar, M.M

[Handwritten signatures of the examiners]

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lia Nur Lika
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Alamat Asli : Ds. Jono 06/01 Kec. Temayang Kab. Bojonegoro
Identitas (KTP) : 3522214307960002

Hal ini merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, working paper atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (Tugas Akhir) ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah saya berikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Jika dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggungjawab dan integritas.

Surabaya, 02 Juli 2020

Hormat Saya
METERAI
TEMPEL

4BDF1AHF469087525

6000
ENAM RIBU RUPIAH

Lia Nur Lika

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Produk, Kualitas Informasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa UKDC Pada Tokopedia”** dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih derajat Sarjana Manajemen (S.M) program strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

Peneliti juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada pihak – pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini dalam mengatasi kendala-kendala yang ada selama penelitian, diantaranya kepada:

1. Dr. Yustinus Budi Hermanto, M.M selaku Rektor Universitas Darma Cendika Surabaya,
2. Dr. Thyophoida W.S.Panjaitan., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Lilik Indrawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi (Kaprod) Manajemen,
4. Drs. Ec. Bruno Hami Pahar, M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membantu peneliti menyelesaikan skripsi,
5. Citra Anggraini Tresyanto, S.E.,M.M selaku sebagai dosen wali yang telah memberikan banyak arahan dalam perkuliahan selama 8 (delapan) semester,





6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi yang telah membantu dalam memberikan ilmu yang berguna dalam penyusunan skripsi peneliti,
7. Keluarga peneliti yang telah mendampingi, memberikan semangat dan dukungan kepada peneliti,
8. Teman-teman angkatan 2016 yang telah menemani peneliti selama 4 (empat) tahun perkuliahan,
9. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, semangat dan doa dalam menyelesaikan perkuliahan untuk mendapatkan gelas sarjana.

Sepandai pandainya tupai melompat pasti akan jatuh juga, demikian dengan penyusunan skripsi ini memiliki kekurangan dimana kiranya pembaca dapat memberikan kritik dan saran guna memperoleh hasil yang lebih baik lagi. Dan kepada pihak - pihak peneliti selanjutnya kiranya dapat mengolah dan mendalami lagi variabel-variabel yang telah disebutkan oleh peneliti. Atas perhatiannya peneliti mengucapkan terima kasih.

Surabaya, 03 Juli 2020

Peneliti

DAFTAR ISI

COVER

HALAMAN COVER

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	8
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	8
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN TEORI	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>E-commerce</i>	10
2.1.2 Pembelian <i>Online</i>	12
2.1.3 Kepercayaan.....	13
2.1.4 Kemudahan	15
2.1.5 Kualitas Produk.....	16
2.1.6 Kualitas informasi.....	19
2.1.7 Harga.....	21
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	23
2.1.9 Pengaruh Antar Variabel.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu	29





2.2.1	Penelitian Terdahulu 1	29
2.2.2	Penelitian Terdahulu 2	30
2.2.3	Penelitian Terdahulu 3	32
2.2.4	Penelitian Terdahulu 4	33
2.3	Rerangka pemikiran	35
2.4	Kerangka konseptual.....	36
2.5	Hipotesis Penelitian	37
BAB III		38
METODE PENELITIAN.....		38
3.1	Obyek Penelitian.....	38
3.2	Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	38
3.2.1	Pendekatan penelitian	38
3.2.2	Sumber data	38
3.3	Variable Penelitian.....	39
3.3.1	Variable bebas (<i>Independent</i>)	39
3.3.2	Variabel Terikat (<i>Dependent</i>)	39
3.4	Definisi Operasional variabel.....	40
3.4.1	Kepercayaan (X1)	40
3.4.2	Kemudahan (X2).....	40
3.4.3	Kualitas Produk (X3)	41
3.4.4	Kualitas Informasi (X4)	41
3.4.5	Harga (X5)	42
3.4.6	Keputusan Pembelian (Y)	42
3.5	Populasi dan sampel.....	43
3.5.1	Populasi.....	43
3.5.2	Sampel.....	43
3.6	Metode dan Teknik Analisis Data.....	46
3.6.1	Studi kepustakaan	47
3.6.2	Kuisisioner.....	47
3.6.3	Uji Validitas	48
3.6.4	Uji Reliabilitas	49
3.6.5	Uji Asumsi Klasik.....	49
3.6.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
3.6.7	Koefisien Determinasi (R ²)	53



3.6.8	Uji t	53
BAB IV	55
HASIL PENELITIAN	55
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	55
4.1.1	Sejarah Singkat Online Shop Tokopedia	55
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	56
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.2.3	Karakteristik responden berdasarkan pendapatan (Uang saku) Perbulan	58
4.2.4	Frekuensi pembelian dalam satu bulan	59
4.3	Pembahasan dan Analisis Data	60
4.3.1	Uji validitas	60
4.3.2	Uji Reliabilitas	64
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	65
4.3.4	Deskripsi Jawaban Responden.....	69
4.3.5	Regresi Linear Berganda.....	76
4.3.6	Koefisien Determinasi (R ²)	78
4.3.6	Uji t	79
BAB V	86
PENUTUP	86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran	88
Daftar Pustaka	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Pengguna Internet di Indonesia	1
Gambar 1.2	Peta Persaingan <i>E-commerce</i> di Indonesai	7
Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian	25
Gambar 2.1	Rerangka Pemikiran	35
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual	36
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas Untuk Semua Variabel	66
Gambar 4.2	Hasil Uji heteroskedastisitas Untuk Semua Variabel.....	68
Gambar 4.3	Kurva Distribusi Uji t Variabel Kepercayaan (X1).....	80
Gambar 4.4	Kurva Distribusi Uji t Variabel Kemudahan (X2)	81
Gambar 4.5	Kurva Distribusi Uji t Variabel Kualitas Produk (X3).....	82
Gambar 4.6	Kurva Distribusi Uji t Variabel Kualitas Informasi (X4).....	83
Gambar 4.7	Kurva Distribusi Uji t Variabel Harga (X5).....	84



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Data Jumlah Mahasiswa UKDC	46
Tabel 3.2	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi	53
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan (Uang Saku) Per Bulan	59
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian dalam Satu Bulan	60
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X1)	61
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan (X2)	61
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X3)	62
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Informasi (X4)	62
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X5)	63
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	63
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Untuk Semua Variabel	64
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinieritas Untuk Semua Variabel.....	67
Tabel 4.13	Kategori Rata-rata Tanggapan Responden	69
Tabel 4.14	Rata-rata Tanggapan Responden pada Variabel Kepercayaan	70
Tabel 4.15	Rata-rata Tanggapan Responden pada Variabel Kemudahan.....	71
Tabel 4.16	Rata-rata Tanggapan Responden pada Variabel Kualitas Produk	72
Tabel 4.17	Rata-rata Tanggapan Responden pada Variabel Kualitas Informasi	73
Tabel 4.18	Rata-rata Tanggapan Responden pada Variabel Harga	74
Tabel 4.19	Rata-rata Tanggapan Responden pada Variabel Keputusan Pembelian	75
Tabel 4.20	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	76
Tabel 4.21	Hasil Uji Determinasi (R ²)	78
Tabel 4.22	Hasil Uji t	79



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Rekapitulasi Data Karakteristik Responden
- Lampiran 3 Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner
- Lampiran 4 Tabel r
- Lampiran 5 Tabel t
- Lampiran 6 Uji Validitas
- Lampiran 7 Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 Uji Normalitas
- Lampiran 9 Uji Multikolinieritas
- Lampiran 10 Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 11 Uji Pengaruh Linear, Koefisien Determinan dan Uji t
- Lampiran 12 Surat Tugas Pembimbing
- Lampiran 13 Kartu Bimbingan Skripsi



ABSTRAK

Perkembangan teknologi khususnya internet telah memberikan perubahan di berbagai bidang kehidupan salah satunya di industri perdagangan. Salah satu jenis usaha yang saat ini banyak dilakukan para pelaku bisnis dengan memanfaatkan kemajuan teknologi internet yaitu penjualan melalui *electronic commerce (E-commerce)*. Salah satu bisnis *E-commerce* yang cukup populer di Indonesia adalah Tokopedia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kemudahan, kualitas produk, kualitas informasi dan harga terhadap keputusan pembelian Mahasiswa UKDC pada Tokopedia. Metode pengambilan sampel adalah metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 125 responden. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS versi 17 dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid dan semua variabel dinyatakan reliabel. Pada uji asumsi klasik dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel berdistribusi normal, uji multikolinieritas dikatakan bahwa model regresi tidak terjadi korelasi, dan model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil penelitian menunjukkan terdapat tiga variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Mahasiswa UKDC pada Tokopedia yaitu, kemudahan, kualitas produk, dan harga. Sedangkan kepercayaan dan kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Mahasiswa UKDC pada Tokopedia.

Kata Kunci : Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Produk, Kualitas Informasi, Harga dan Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

The development of technology, especially the internet has provided changes in various fields of life, one of which is in the trade industry. One type of business that is currently being done by many business people by utilizing advances in internet technology is sales through electronic commerce (E-commerce). One of the E-commerce businesses that is quite popular in Indonesia is Tokopedia. This study aims to determine the effect of trust, convenience, product quality, information quality and price on the purchasing decisions of UKDC students on Tokopedia. The sampling method is a purposive sampling method with a total sample of 125 respondents. Based on the results of data processing with SPSS version 17 it can be said that all statement items are declared valid and all variables are declared reliable. In the classical assumption test it can be said that each variable is normally distributed, the multicollinearity test is said that the regression model does not occur in correlation, and the regression model does not occur in heteroscedasticity. The results showed that there were three variables that significantly influenced the purchasing decisions of UKDC students in Tokopedia namely, convenience, product quality, and price. While the trust and quality of information does not significantly influence the purchasing decisions of UKDC students on Tokopedia.

Keywords: Trust, Convenience, Product Quality, Information Quality, Price and Purchasing Decisions.

