

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN,
KUALITAS PELAYANAN DAN KEAMANAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE
PADA E-COMMERCE SHOPEE DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program studi : S1 Manajemen



Disusun Oleh :

KATARINA YUSTU MAU

19022000128

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2023

LEMBARAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Katarina Yustu Mau

Nomor Pokok : 19022000128

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk terhadap keputusan pembelian online pada e – commerce shopee di kota malang

Malang, 3 february 2023

DISETUJI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing



M. Nur Singgih., SE., MM



Dr. Syariful Arifin., SE., M. Si



Dr. Rudy Wahyono., M. Si

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS PELAYANAN DAN KEAMANAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA E-COMMERCE SHOPEE DI KOTA MALANG

Dipersiapkan dan disusun oleh :

KATARINA YUSTU MAU

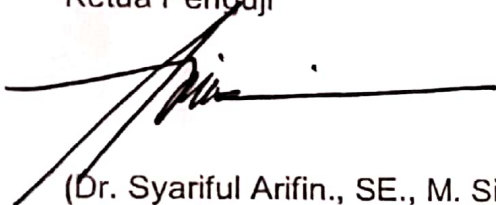
19022000128

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji

Pada tanggal 13 – 02 - 2023

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



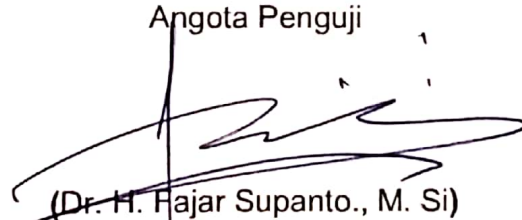
(Dr. Syariful Arifin., SE., M. Si)

Sekretaris Penguji



(Dr. H. Syarif Hidayatullah., SE., MM)

Anggota Penguji



(Dr. H. Fajar Supanto., M. Si)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar serjana ekonomi dan bisnis

Malang 13 february 2023

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Universitas Merdeka Malang



Dr. Rudy Wahyono., M. Si

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : KATARINA YUSTU MAU
Nim : 19022000128
Program Studi : S1 Manajemen
Bidang Kajian Skripsi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan Dan Keamanan Produk Terhadap Keputusan Pembelain Online Pada E -Commerce Shopee Di Kota Malang

Lokasi yang diteliti : Kota Malang

Alamat rumah asli : Pajomala - RT 002, RW 001, Kel/Desa. Lajawajo, Kec. Mauponggo - Flores, NTT.

No telepon : 081338749463

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar – benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas dan bukan melakukan plagiat. Jika saya melakukan plagiat, maka saya bersedia dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang 23 february 2023

Peneliti



Katarina Yustu Mau

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, yang telah melimpahkan berkat dan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan Dan Keamanan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada E -Commerce Shopee Di Kota Malang”**

Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi S1 Manajemen Di Universitas Merdeka Malang

Dalam penulisan ini penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dorongan, dan bantuan yang sangat besar artinya bagi penulis. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada

1. Dr. Rudy Wahyono., M. Si selaku dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Merdeka Malang
2. Dr. Syariful Arifin., SE., M. Si selaku dosen pembimbing yang sangat luar biasa dalam membimbing saya mulai dari penyusunan proposal hingga skripsi ini selesai
3. Seluruh dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di Program Studi Manajemen.
4. Kedua orang tua penulis, Bapak Kasimirus Tongo Dan Mama Bernadetha Co'o, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta atas kesabaran yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis, yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup, penulis berharap menjadi anak dapat dibanggakan.
5. Adik penulis tercinta, Yasinta, terima kasih atas doa dan segala dukungan
6. Saudara, kakak, adik yang tak bosan – bosannya memberikan dukungan semangat kepada penulis
7. Teman – Teman Pejuang Toga (Rena, Elen, Risna Dan Risan)

8. Semua Pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa senantiasa melimpahkan berkah dan rahmatNya sebagai balasan yang setimpal dengan kebaikan mereka semua. Akhir kata, tiada kesempurnaan di dunia ini kecuali hanya miliknya semata. Begitupun dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan yang masih harus diperbaiki baik materi maupun susunannya. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak guna melengkapi kekurangan skripsi ini

Malang 3 february 2023

Penulis

Katarina Yustu Mau

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBARAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II : LANDASAN TEORI.....	7
A. Teori Yang Melandasi	7
1. Pemasaran.....	7
2. Keputusan Pembelian.....	8
3. Kepercayaan Konsumen	11
4. Kualitas Pelayanan.....	12
5. Keamanan Produk.....	15

6. Penelitian Terdahulu.....	16
7. Kerangka Berpikir.....	20
B. Pengembangan Hipotesis	21
1. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan Dan Keamanan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	21
2. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	22
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	22
4. Pengaruh Keamanan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	23
5. Variabel Independen Manakah Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	24
BAB III : METODE PENELITIAN.....	25
A. Definisi Operasional Variabel	25
1. Variabel Independen	25
2. Variabel Dependen.....	26
B. Lingkup Penelitian.....	26
C. Lokasi Penelitian	27
D. Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	27
1. Populasi	27
2. Sampel.....	27
E. Jenis dan Sumber Data.....	28
F. Teknik Pengumpulan Data	29
G. Teknik Analisis Data.....	30
1. Uji Validitas.....	31
2. Uji Reabilitas	32
3. Uji Normalitas	33
4. Uji Multikolinearitas.....	34
5. Uji Heteroskedastisitas	34
6. Pengujian Hipotesis.....	34
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	39
A. Hasil Penelitian	39

1.	Profil PT Shopee Internasional Indonesia.....	39
2.	Inventasi PT Shopee	41
3.	Sistem Pembayaran Dan Pengiriman Barang.....	41
4.	Karakteristik Responden	43
5.	Deskripsi Variabel Penelitian	45
B.	Uji Analisis.....	68
1.	Uji Validitas.....	68
2.	Uji Reabilitas	71
3.	Uji Asumsi Klasik	72
-	Uji Normalitas	72
-	Uji Multikoneritas	73
-	Uji Heterokedastisitas	74
4.	Pengujian Hipotesis.....	75
C.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
1.	Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan Dan Keamanan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	82
2.	Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	83
3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	84
4.	Pengaruh Keamanan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	84
5.	Kepercayaan Konsumen Berpengaruh Dominan Terhadap Keputusan Pembelian	85
BAB V	: KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
A.	Kesimpulan	89
B.	Saran	90
C.	Keterbatasan Penelitian	91
DAFTAR PUSTAKA.....		92
LAMPIRAN		96

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Penelitian Terdahulu	16
Tabel 2. Karakteristik Berdasarkan Usia Responden	43
Tabel 3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden	45
Tabel 4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Konsumen ..	47
Tabel 5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....	53
Tabel 6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keamanan Produk.....	58
Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	64
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Kepercayaan Konsumen.....	68
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	69
Tabel 10. Hasil Uji Validitas Keamanan Produk	69
Tabel 11. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 12. Uji Reabilitas	71
Tabel 13. Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel 14. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	75
Tabel 15. Hasil Uji Determinasi.....	76
Tabel 16. Hasil Uji F	77
Tabel 17. Hasil Uji T	75
Tabel 18. Hasil Uji Dominan	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Data Peningkatan Pengunjung Marketplace	2
Gambar 2. Kerangka Konseptual.....	20
Gambar 3. Logo Shopee	39
Gambar 4. Tampilan Beranda Shopee.....	41
Gambar 5. Karakteristik Jenis Kelamin Responden.	44
Gambar 6. Probabiliti Plot.....	72
Gambar 7. Scatterplot.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	96
Lampiran 2. Tabulasi data dan Hasil <i>Output</i> SPSS 25.....	100
Lampiran 3. Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	116
Lampiran 4. Perbaikan / Revisi Skripsi.....	117

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk terhadap keputusan pembelian online dengan objek penelitian pengguna shopee di kota Malang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, populasi pada penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian secara online di e-commerce shopee, yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tak terhingga. Teknik penarikan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 175 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan alat analisisnya SPSS 25. Sebelumnya data telah melewati dan lolos dalam uji asumsi klasik. Hasil uji F dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian online, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online dengan nilai t hitung sebesar 3,545 dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$; (2) kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online dengan nilai t hitung sebesar 1,003 dan nilai signifikan sebesar $0,317 > 0,05$; (3) keamanan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online dengan nilai t hitung sebesar 4,114 dan nilai signifikan sebesar $0,00 < 0,05$. Selain itu, dalam penelitian ini kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 68,2%, dan sisanya sebesar 31,8 % dijelaskan oleh variabel lain, oleh sebab itu peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian online

Kata kunci : Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan , Keamanan Produk Dan Keputusan Pembelian Online.

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of consumer confidence, service quality and product safety on online purchase decisions with the object of research on shopee users in the Malang city area. This research is a quantitative study, the population in the study is all consumers who have made online purchases on e-commerce shopee, which is unknown and can be said to be in the category of infinity. The sampling technique uses purposive sampling with a total sample of 175 respondents. The data collection technique uses questionnaires that have been tested for validity and reliability. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis with the analysis tool SPSS 25. Previously, the data had passed and passed the classy assumption test. The results of the F test in this study show that consumer confidence, service quality and product safety have a simultaneous effect on online purchasing decisions, this is evidenced by a significant value of $0.000 < 0.05$. The results of the t test in this study show that: (1) consumer confidence has a positive and significant effect on online purchase decisions with a calculated t value of 3.545 and a significant value of $0.001 < 0.05$; (2) the quality of service has no significant effect on online purchasing decisions with a calculated value of 1.003 and a significant value of $0.317 > 0.05$; (3) Product safety has a positive and significant effect on online purchasing decisions with a calculated value of 4.114 and a significant value of $0.00 < 0.05$. In addition, in this study consumer confidence, service quality and product safety influenced purchasing decisions by 68.2%, and the remaining 31.8% was explained by other variables, therefore subsequent researchers were advised to add other variables that were suspected to affect online purchase decisions

Keywords: Consumer Confidence, Quality of Service, Product Safety And Online Purchasing Decisions.