

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK ,
KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI
E-COMMERCE SHOPEE
SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun oleh :

Nama : Meylanda Irawan

Nomor Pokok : K.2020.1.35252

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen Marketing

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEÇWARA

MALANG

2024

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK ,
KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI
E-COMMERCE SHOPEE
SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun oleh :

Nama : Meylanda Irawan

Nomor Pokok : K.2020.1.35252

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen Marketing

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEÇWARA

MALANG

2024

SKRIPSI

PENGARUH KEPERCAYAAN KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI E-COMMERCE SHOPEE

Oleh :

MEYLANDA IRAWAN

K.2020.1.35252

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal
16 Februari 2024 dan dinyatakan BELUM LULUS

Menyetujui,


Dosen Pembimbing



RINA IRAWATI, SE, MM

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkepuwara



Drs. BUNYAMIN, N.M., Ph.D.
NIK 202.710.182

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 1 Februari 2024...



NPK: K. 1070. 1. 35262

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RINA IRAWATI, SE,MM

NIK : 202.710.292

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari:

Nama : MEYLANDA IRAWAN

NPK : K.2020.1.35252

Program Studi : Manajemen

Alamat :

No. HP :

E-Mail :

Menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkececwara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari: kuesioner yang disebarakan kepada responden (mahasiswa STIE Malangkececwara)

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

“PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI E-COMMERCE SHOPEE”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 31 Januari 2024

Dosen Pembimbing Skripsi,



RINA IRAWATI, SE,MM

NIK. 202.710.292

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian melalui *e-commerce* Shopee. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif kausalitas. Penelitian ini diolah menggunakan *software* SmartPLS 3. Responden dalam penelitian ini ialah mahasiswa/i STIE Malangkuçeçwara angkatan 2020 dan 2021. Pengambilan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling* dengan sampel sejumlah 75 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan sebaran kuesioner melalui *google form*. Dari hasil pengujian semua variabel dalam penelitian ini diketahui bahwa variabel Kepercayaan memiliki pengaruh dominan terhadap Keputusan pembelian dengan nilai *t-statistic* terbesar 3,448. Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan, kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, *e-Commerce*, Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of trust, product quality, service quality and consumer satisfaction on purchasing decisions via Shopee e-commerce. this study is a quantitative study of causality. This research was processed using SmartPLS 3 software. Respondents in this research were STIE Malangkuçewara students class 2020 and 2021. Sampling used the Purposive Sampling method with a sample of 75 people. The data collection technique uses questionnaire distribution via Google Form. From the test results of all variables in this research, it is known that the Trust variable has a dominant influence on purchasing decisions with the largest t-statistic value of 3.448. It can be concluded that trust, product quality, service quality and consumer satisfaction have a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords : Purchase Decisions, e-Commerce, Consumers

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Mu penulis dapat menyajikan skripsi yang berjudul : **PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI E-COMMERCE SHOPEE.**

Di dalam tulisan ini, disajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi:Sejauh mana kepercayaan mampu mempengaruhi keputusan pembelian, sejauh mana kualitas produk mampu mempengaruhi keputusan pembelian, sejauh mana kualitas layanan mampu mempengaruhi keputusan pembelian, sejauh mana kepuasan konsumen mempengaruhi keputusan pembelian

Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang penulis miliki, meskipun telah mengerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi penulis menyadari masih banyak kekurangtepatan dalam penyajian tulisan di skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 31 Januari 2024

Penulis,

Meylanda Irawan

DAFTAR ISI

PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI E-COMMERCE SHOPEE	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
SURAT KETERANGAN RISET	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Secara Teoritis	6
1.4.2 Secara Praktis	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Teori	7
2.1.1 Kepercayaan	7
2.1.1.1 Dimensi Kepercayaan	7
2.1.1.2 Indikator Kepercayaan	8
2.1.1.3 Karakteristik Kepercayaan	9
2.2 Kualitas Produk	10
2.2.1 Pengertian	10
2.2.1.1 Indikator Kualitas Produk	10

2.2.1.2 Faktor Kualitas Produk-----	11
2.3 Kualitas Layanan-----	12
2.3.1 Pengertian-----	12
2.3.1.1 Indikator Kualitas Layanan-----	12
2.4 Kepuasan Konsumen-----	14
2.4.1 Pengertian-----	14
2.4.1.1 Dimensi Kepuasan Konsumen-----	15
2.4.1.2 Indikator Kepuasan Konsumen-----	15
2.4.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen-----	16
2.5 Keputusan Pembelian-----	18
2.5.1 Pengertian-----	18
2.5.1.1 Dimensi Keputusan Pembelian-----	18
2.5.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian-----	19
2.5.1.3 Indikator Keputusan Pembelian-----	20
2.6 E-Commerce Shopee-----	21
2.6.1 Pengertian-----	21
2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu-----	22
2.8 Model Konseptual-----	24
2.9 Pengembangan Hipotesis-----	25
BAB III-----	27
METODE PENELITIAN-----	27
3.1 Jenis Penelitian & Sumber Data Penelitian-----	27
3.2 Populasi dan Sampel-----	27
3.3 Variabel, Operasional dan Pengukuran-----	29
3.3.1 Variabel Penelitian-----	29
3.4 Metode Pengumpulan Data-----	32
Tabel 3.3 Skor Skala Likert-----	33
3.5 Metode Analisis Data-----	33
3.5.1 Uji Validitas-----	33
3.5.2 Uji Reliabilitas-----	33
3.5.3 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)-----	34
3.5.4 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)-----	35
3.5.5 Uji Hipotesis-----	35
BAB IV-----	36

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.1.1 Profil PT Shopee International Indonesia	36
4.1.2 Investasi PT Shopee International Indonesia	38
4.1.3 Visi dan Misi Shopee	38
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	38
4.2.1 Jenis Kelamin Responden	39
4.2.2 Jurusan Pendidikan Responden	40
4.2.3 Usia Responden	41
4.2.4 Angkatan Pendidikan Responden	42
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	43
4.3.1 Deskripsi Variabel Kepercayaan	43
4.3.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	45
4.3.3 Deskripsi Variabel Kualitas Layanan	46
4.3.4 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen	48
4.3.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	50
4.4 Hasil Analisis SmartPLS	51
4.5 Hasil Uji Instrumen Penelitian	52
4.5.1 Uji Validitas	52
4.5.2 Uji Reliabilitas	53
4.6 Analisis <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)	53
4.6.1 Convergent Validity	53
4.6.2 Diskriminan Validity	54
4.6.4 Composite Reliability	56
4.7 Model Struktural (Inner Model)	57
4.7.1 <i>Goodness of Fit Test</i>	57
4.7.3 Diagram Jalur	58
4.8 Pengujian Hipotesis	58
Tabel 4.8.1 Hasil Pengujian Hipotesis	58
Tabel 4.8.2 Pernyataan Hipotesis	60
4.9 Pembahasan	60
BAB V	63
PENUTUP	63
5.1 Kesimpulan	63

5.2 Kontribusi Penelitian -----	64
5.3 Keterbatasan Penelitian -----	65
5.4 Saran -----	65
DAFTAR PUSTAKA -----	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu -----	22
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Terikat (Y)-----	30
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Bebas (X) -----	30
Tabel 3.3 Skor Skala Likert -----	33
Tabel 4.3.1 Deskripsi Variabel Kepercayaan -----	43
Tabel 4.3.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk -----	45
Tabel 4.3.3 Deskripsi Variabel Kualitas Layanan-----	46
Tabel 4.3.4 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen-----	48
Tabel 4.3.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian -----	50
Tabel 4.5.1 Hasil Uji Validitas-----	52
Tabel 4.5.2 Hasil Uji Reliabilitas-----	53
Tabel 4.6.1 Hasil Uji <i>Outer Loading</i> -----	54
Tabel 4.6.2 Hasil Uji <i>Cross Loading</i> -----	55
Tabel 4.6.3 Hasil nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> -----	56
Tabel 4.6.4 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> -----	56
Tabel 4.7.1 Hasil nilai R-Square-----	57
Tabel 4.8.1 Hasil Pengujian Hipotesis-----	58
Tabel 4.8.2 Pernyataan Hipotesis-----	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 5 <i>E-commerce</i> Pengunjung Tertinggi (Kuartal II 2023)-----	2
Gambar 1.2 Model Konseptual -----	24
Gambar 4.1 Logo Shopee -----	36
Gambar 4.2 Tampilan Beranda Shopee -----	37
Gambar 4.2.1 Jenis Kelamin Responden-----	39
Gambar 4.2.2 Jurusan Pendidikan Responden -----	40
Gambar 4.2.3 Usia Responden-----	41
Gambar 4.2.4 Angkatan Pendidikan Responden -----	42
Gambar 4.7.3 Diagram Jalur -----	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Pertanyaan Kuesioner -----	72
Lampiran 2 : Tabel r untuk $df = 1-80$ -----	73