

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SHOPEE MALL*
AEROSTREET**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

Melita Aulia Anggraini Y

202010160311513

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2024

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHOPEE MALL AEROSTREET

Oleh :

Melita Aulia Anggraini Y.

202010160311513

Diterima dan disetujui
pada tanggal 19 Juli 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Prof. Dr. Widayat, M.M.

Novi Puji Lestari, S.E.M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHOPEE MALL AEROSTREET

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : **Melita Aulia Anggraini**

NIM : **202010160311513**

Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal **19 Juli 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar **Sarjana Manajemen** pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : **Prof. Dr. Widayat, M.M.**

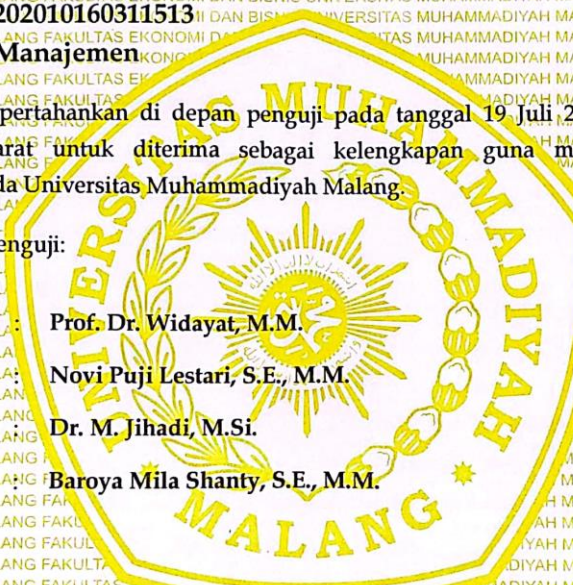
Pembimbing II : **Novi Puji Lestari, S.E., M.M.**

Penguji I : **Dr. M. Jihadi, M.Si.**

Penguji II : **Baroya Mila Shanty, S.E., M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis : **Ketua Program Studi**

Prof. Dr. **Laah Zuhroh, M.M.** Dr. **Nurul Asfiah, M.M.**



1. *[Signature]*
2. *[Signature]*
3. *[Signature]*
4. *[Signature]*

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Melita Aulia Anggraini Y.

NIM : 202010160311513

Program Studi : Manajemen

Surel : melitauliaa@gmail.com


Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku

Malang, 8 Juli 2024



Yang membuat pernyataan,


Melita Aulia Anggraini Y.

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHOPEE MALL AEROSTREET

Melita Aulia Anggraini Y.¹, Widayat², Novi Puji Lestari³

^{1,2,3}Management Departement, University of Muhammadiyah Malang, Indonesia

Corresponding E-mail: melitauliaa@gmail.com

Abstrak

Belanja online semakin umum di kalangan remaja maupun dewasa karena alasan seperti efisiensi biaya, kualitas produk, kepercayaan, dan kebutuhan individu lainnya. Dengan teknologi yang terus berkembang, keputusan pembelian konsumen dalam e-commerce menjadi semakin relevan untuk diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. Populasi penelitian ini dilakukan pada konsumen Shopee Mall Aerostreet dengan jumlah responden 100 orang. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik Purposive sampling dengan melakukan penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi linier berganda dan uji hipotesis berupa uji T, uji F dan uji koefisien determinasi. Hasil dari analisis data penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND CONSUMER TRUST ON THE PURCHASING DECISION OF *SHOPEE MALL AEROSTREET* PRODUCTS

Melita Aulia Anggraini Y.¹, Widayat², Novi Puji Lestari³

^{1,2,3}Management Departement, University of Muhammadiyah Malang,Indonesia

Corresponding E-mail: melitauliaa@gmail.com

Abstract

Online shopping is increasingly common among teenagers and adults for reasons such as cost efficiency, product quality, trust, and other individual needs. With technology continuing to develop, consumer purchasing decisions in e-commerce are becoming increasingly relevant to research. This study aims to examine the effect of product quality and consumer trust on purchasing decisions. The population of this study was conducted at Shopee Mall Aerostreet consumers with 100 respondents. The type of research used is quantitative with purposive sampling technique by distributing questionnaires. The data analysis methods used are instrument test, classical assumption test, multiple linear regression and hypothesis testing in the form of T-test, F-test and coefficient of determination test. The results of the data analysis of this study indicate that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions and consumer trust has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords— Product Quality, Consumer Trust, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penayang, Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena atas ridhonya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah “Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopee Mall Aerostreet”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang. Tidak dapat disangkal bahwa butuh usaha yang keras dalam menyelesaikan pengerjaan skripsi ini. Namun, penelitian ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta di sekeliling saya yang mendukung dan membantu. Terima kasih saya sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
4. Prof. Dr. Widayat, M.M., selaku dosen pembimbing I dan Ibu Novi Puji Lestari, SE., MM selaku dosen pembimbing II. Terima kasih karena senantiasa meluangkan waktu untuk membimbing penulis tanpa rasa bosan hingga skripsi mampu terselesaikan.
5. Pintu surgaku, Mamaku tersayang, Ibu Lenny Jauhari. Terima kasih atas cinta yang tiada batas, doa, dukungan, dan fasilitas terbaik yang diusahakan untuk penulis. Tanpa doa beliau, penulis tidak mampu bertahan hingga saat ini. Meskipun penulis seringkali melakukan hal yang membuatnya kecewa, namun sejuta maaf tetap diberikan kepada penulis.
6. Cinta pertamaku, Papaku terkasih, Bapak Kasnadi. Terima kasih atas kasih sayang, doa, dukungan, serta fasilitas terbaik yang selalu diusahakan untuk penulis. Tanpa pengorbanan beliau, penulis tidak akan bisa mencapai titik ini. Meskipun di rumah penulis jarang berbicara panjang bersama beliau,

namun beliaulah yang selalu merindukan kedatangan penulis kembali ke rumah.

7. Kakak laki-laki dan satu-satunya saudaraku, Eka Putra Yolendra. Terima kasih karena selalu mendukung, mengapresiasi sekecil apapun pencapaian penulis, dan selalu percaya atas apapun yang penulis lakukan.
8. Seseorang yang sudah bersama penulis sejak 18 Juli 2023 dan tidak dapat penulis sebutkan namanya namun tersimpan di dalam hati penulis. Terima kasih karena selalu mengusahakan yang terbaik untuk penulis, dan selalu memberikan dukungan hingga skripsi ini dapat penulis selesaikan sebagaimana mestinya. Jika suatu saat nanti kita memang tidak dapat bersama lagi, penulis berharap dia mendapatkan kebahagiaan yang pantas.
9. Sahabat sejak berada dibangku sekolah, Amalia Ali Slamet, Shakila Maharani, Vinny Lakburlawal, Amalia Kartika, Naillah Rahman, dan Nicken Dyah. Terima kasih karena senantiasa mendukung, membantu, dan menghibur penulis dalam suka maupun duka.
10. Teman-teman sejak perkuliahan *online* hingga saat ini, Jihan Prashanti, Aprisa Wenur, Yuni Eka, Izzah Rosyadi, Kirana Ovelina, dan Naila Erliyan. Terima kasih sudah menemani penulis hingga akhir perkuliahan, meskipun penulis berasal dari kota yang jauh namun, itu tidak menjadi alasan mereka meninggalkan penulis. Semoga suatu saat nanti kita dapat berkumpul kembali dengan karir yang cemerlang.
11. Terakhir, untuk diri penulis, Melita Aulia Anggraini Y. Terima kasih karena selalu bertahan dan bisa meyakinkan diri bahwa semua ini akan terlewati. Selain itu, terima kasih karena sudah berjuang meskipun sering kali rasa ingin menyerah datang. Walaupun perjuangan penulis selalu ditemani tangisan dan keluh kesah, namun itu semua menjadi suatu proses hingga mencapai titik ini.

Semoga segala bentuk kebaikan dan pertolongan dari semua pihak mendapat keberkahan dari Allah SWT. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya

membangun dari semua pihak agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik lagi dan dapat bermanfaat dikemudian hari.

Malang, 23 Juli 2024

Melita Aulia Anggraini Y.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
Abstrak.....	iv
<i>Abstract.....</i>	<i>v</i>
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN / KAJIAN PUSTAKA.....	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Landasan Teori.....	12
C. Kerangka Pikir.....	20
D. Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Jenis Penelitian.....	23
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	23
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	24
D. Definisi Operasional Variabel	26
E. Jenis dan Sumber Data.....	27
F. Teknik Pengukuran Data.....	27
G. Uji Instrumen Penelitian	28
H. Uji Asumsi Klasik	29

I. Uji Regresi Linier Berganda	30
J. Uji Hipotesis	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Deskripsi Responden.....	32
B. Hasil Uji Instrumen.....	33
C. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	35
D. Hasil Uji Koefisien Determinasi	38
F. Hasil Uji Hipotesis.....	40
G. Pembahasan.....	42
BAB V PENUTUP.....	46
A. Kesimpulan.....	46
B. Keterbatasan	46
C. Saran	47
DAFTAR PUSTAKA.....	48
LAMPIRAN.....	52



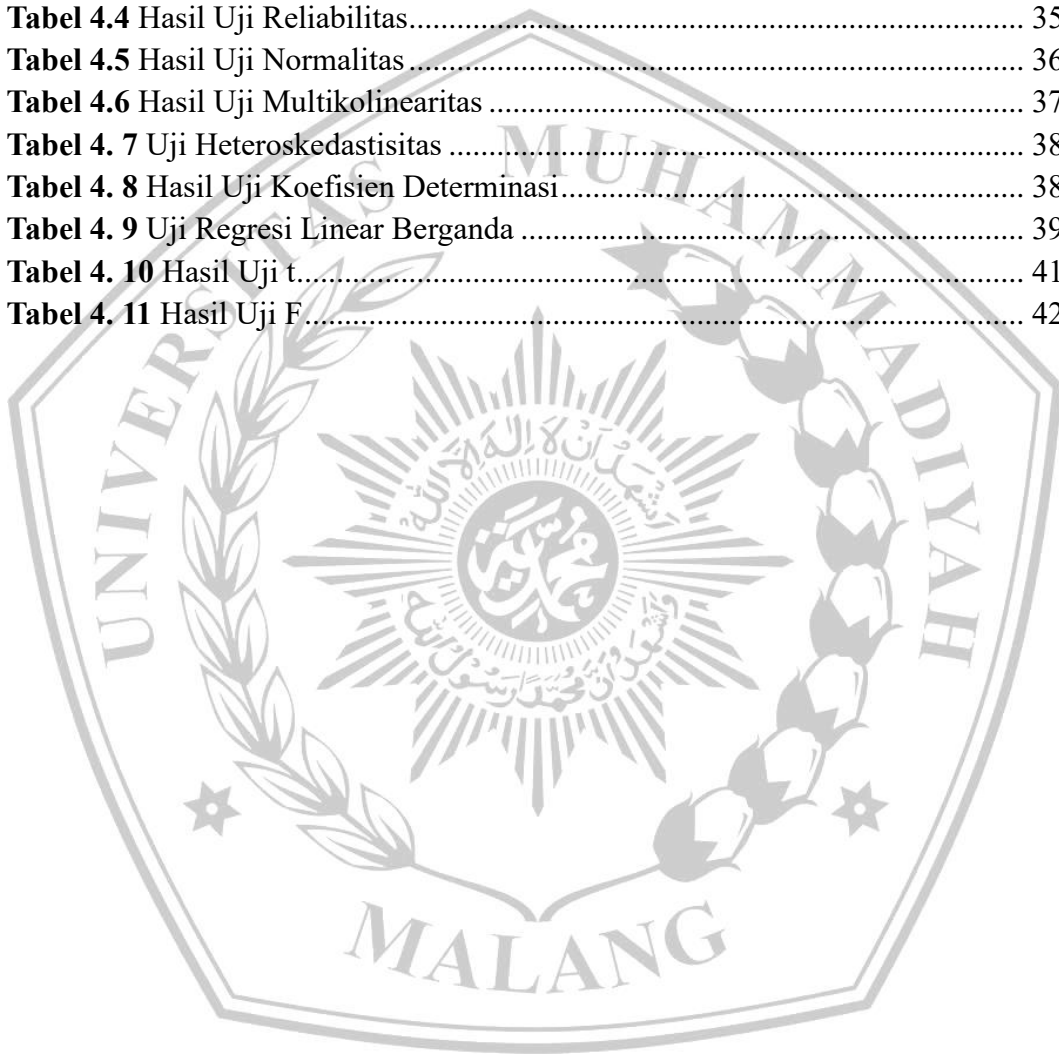
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Total Kunjungan Masyarakat Indonesia kebeberapa <i>E-Commerce</i> ...	3
Gambar 1.2 Perilaku Pengguna Internet di Indonesia	6
Gambar 1.3 Tingkat Pengembalian Barang Hasil <i>Online Shopping</i>	7
Gambar 2.1 Konsep Model Perilaku Konsumen	13
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian	20



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel 3. 2 Skor Skala Likert	28
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Domisili	33
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	35
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	36
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	37
Tabel 4. 7 Uji Heteroskedastisitas	38
Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	38
Tabel 4. 9 Uji Regresi Linear Berganda	39
Tabel 4. 10 Hasil Uji t.....	41
Tabel 4. 11 Hasil Uji F.....	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	52
Lampiran 2. Data Demografis Responden	56
Lampiran 3. Tabulasi Data	58
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas.....	63
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik	69
Lampiran 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	71
Lampiran 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	71
Lampiran 9. Hasil Uji Hipotesis.....	72



DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2023). Pengunjung Shopee Makin Banyak, Bagaimana E-Commerce Lain? *Katadata*, 9, 1–2.
- Alwi, A., Ferils, M., & Junaeda. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Forum Ekonomi*, 22(2), 334–342.
- Amilia, S. (2011). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 1–10.
- Annisa Farhanah, & Achmad Mufid Marzuqi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Herbal Beauty di Kabupaten Sukoharjo. *Academia: Jurnal Ilmu Sosial Humaniora*, 3(2), 107–123.
- Arif, M. (2022). Hasil Survey Profil Internet Indonesia 2022. *Apji*.
- Assael, H. (1992). *Consumer behavior and marketing action*. Boston : PWS-KENT Pub.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, dan Strategi)*. Jakarta : PT. Grafindo Persada. 1(9), 1–15.
- Aydin, S., & Özer, G. (2005). The analysis of antecedents of customer loyalty in the Turkish mobile telecommunication market. *European Journal of Marketing*, 39(7–8), 910–925.
- Febriyanti, F., & Rustam, T. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Lazada di Kota Batam. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 81.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed)*. Universitas Diponegoro
- Gunawan, A. C., & Susanti, F. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota

- Padang. 1(3), 1–9.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.
- Ivianto, M. (2022). Total Quality Management – Panduan Untuk Menghadapi Persaingan Global. 1(8), 1–19.
- Jasmine, J., & Khoiri, M. (2023). Pengaruh Iklan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga..
- Kotler, P., & Keller, K. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran 13th ed*. Erlangga.
- Luthfi, L. (2011). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan. 11(2), 10–14.
- Marius, M. (2019). Analisis Pengaruh Penerapan Total Quality Management (TQM) Dan Just In Time (JIT) Terhadap Kinerja Kualitas Perusahaan (Perusahaan Di Pulau Jawa)”. 1(8), 1–154.
- Maulana, H., Oktaviani, N. E., & Handayani, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Article Info ABSTRAK. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 1(01), 51–62.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen (5th ed.)*. Jakarta: Erlangga. 52(1), 1–5.
- Nurfitri, A. R., & Dimiyati. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus : Pembelian Pakaian Pada Pusat Konveksi di Kampung Bulak Timur, Cipayung, Depok). *UG Jurnal*, 16(3), 26–33.
- Nurhaida, & Realize. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Bukalapak Di Kota Batam. *ECo-Buss*, 5(3), 907–920.
- Pardede, M, P. (2022). *Manajemen Operasi dan Produksi*. 2(8), 11–19.
- Permatasari, D. C., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Telkomsel. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 296–312.

- Prasastono, N., & Pradapa, S. Y. F. (2012). Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Dinamika Kepariwisataah*, 11(2), 13–23.
- Rosdiana, R., & Haris, I. A. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3), 169.
- Sahoo, N., Dellarocas, C., & Srinivasan, S. (2018). The impact of online product reviews on product returns. *Information Systems Research*, 29(3), 723–738
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(10), 5748–5782
- Sawlani, D. K., & Se, M. (2021). Keputusan pembelian online: kualitas website, keamanan dan kepercayaan. Scopindo Media Pustaka.
- Shopee. (2024) Apa itu Shopee Mall?. Pusat Edukasi Penjual Shopee Indonesia.
- Sinaga, C. L., & Evyanto, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Di Kota Batam. Volume 6 Issue 2 (2023) Pages 24 - 38 YUME: Journal of Management ISSN : 2614-851X (Online), 6(2), 24–38.
- Slamet, R., & Andhita, H. aglis. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen (Pertama). Deepublish.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51.
- Sugiyono, P. D. (2007). *Metodelogi Penelitian Administrasi: Vol. 12*. Grafindo
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225(87), 48-61
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta: Bandung.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif : Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam (Pertama)*. Prenadamedia

Tjiptono, F., & Pemasaran, S. (2015). Edisi 4. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Utomo, E. F. (2009). Meraup Kekayaan Lewat Internet dengan Toko Online. 2(5), 255.

Zulfa, L., & Hidayati, R. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Semarang. Diponegoro Journal of Management, 7(3), 1–11.



PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SHOPEE MALL AEROSTREET TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

ORIGINALITY REPORT

3%

SIMILARITY INDEX

0%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to University of Muhammadiyah
Malang

Student Paper

3%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On