

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA
(STUDI PADA MAHASISWA PRODI S1 MANAJEMEN)**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Pendidikan Ganesha

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan

Program Sarjana Ekonomi



Oleh:

Gaudensia Anastasya Lodia Hindom

NIM 1817041145

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

SINGARAJA


2022

SKRIPSI

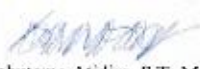
**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

Menyetujui

Pembimbing I,


Kurniawan Endrasari Sumadi Putra, S.E.,M.M.
NIP. 198602112019031005

Pembimbing II,


Rahutama Atidira, S.T.,M.M.
NIP. 198805032018031001

Skripsi oleh gaudensia anastasya India hindom ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 28 September 2022

Dewan Penguji,



Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M
NIP. 198602112019031005

(Ketua)



Rahutama Atidira, S.T., M.M
NIP. 198805032018031001

(Anggota)



Dr. Fridayana Yudiantmaja, M.Sc.
NIP. 197404122010121001

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 29 September 2022

Mengetahui,

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si
NIP. 196810291993032001

Sekretaris Ujian



Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M
NIP. 198309212015041001



Mengesahkan,
Dean, Fakultas Ekonomi

Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si
NIP. 197906162002121003

PERYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa karya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia (Studi pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen)" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam keilmuan masyarakat. Atas pertanyaan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya seni ini.

Singaraja, 18 Oktober 2022
Yang membuat pernyataan,



Gaudensia Anastasya Lodha Hindom
NIM.1817041145

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ‘‘Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Keputusan pembelian di Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen)’’ dengan baik. Tujuan dalam penulisan skripsi ini tentunya dimaksudkan untuk memenuhi tugas memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Dalam menyelesaikan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bimbingan serta bantuan moral maupun material dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

- (1) Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
- (2) Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
- (3) Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen.
- (4) Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen.
- (5) Rahutama Atidira, S.T., M.M selaku Pembimbing Akademik dan juga selaku Pembimbing II yang selalu membimbing dan mengarahkan serta Memberikan semangat ketika penulis mengalami kendala selama menjalani perkuliahan dan memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
- (6) Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. selaku Pembimbing I yang dengan penuh kasih telah membimbing dan mengarahkan penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
- (7) Bapak dan ibu dosen terkasih yang penulis banggakan di jurusan Manajemen dan Perhotelan yang selalu mendidik dan memberikan banyak ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan.
- (8) Kepada orang tua terkasih Bpk. Alfred Hindom dan Ibu. Margareta Amor, sebagai pahlawan dan panutan penulis serta Saudara terkasih Godlife Nehrad

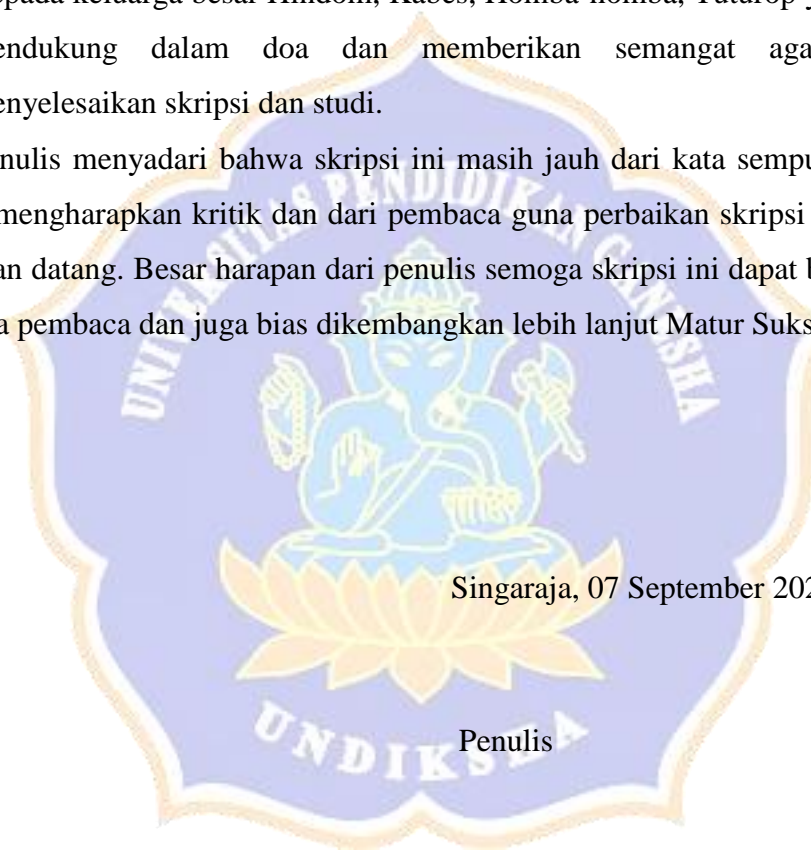
Anton Hindom yang tak henti-hentinya mendukung dalam doa dan dukungan serta selalu mengingatkan penulis agar cepat menyelesaikan studi.

- (9) Kepada keluarga ditanah rantau Afiriasi Papua 3T Undiksha dan sahabat seperjuangan, kakak-kakak dan adik-adik tingkatku yang tersayang: Yunita, Irfan, Ance, Asmira, Rosdiana, Hellena, Kakak Lisa, Kakak Silfa, Nelly, Marizpa, Eman, Niko, dan terakhir kekasih hati Risku Wairara yang selalu ada saat masa susah dan senang ditanah rantau serta selalu memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
- (10) Kepada keluarga besar Hindom, Kabes, Homba-homba, Tuturop yang selalu mendukung dalam doa dan memberikan semangat agar penulis menyelesaikan skripsi dan studi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka penulis mengharapkan kritik dan dari pembaca guna perbaikan skripsi ini dimasa yang akan datang. Besar harapan dari penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan juga bias dikembangkan lebih lanjut Matur Suksma.

Singaraja, 07 September 2022

Penulis



DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
PRAKATA	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah Penelitian	8
1.3. Pembatasan Masalah	9
1.4. Rumusan Masalah Penelitian	9
1.5. Tujuan Penelitian.....	10
1.6. Manfaat Hasil Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1. Kualitas Produk	12
2.1.1. Pengertian Kualitas Produk.....	12
2.1.2. Indikator Kualitas Produk	13
2.2. Kepercayaan merek	14
2.2.1. Pengertian Kepercayaan Merek	14
2.2.2. Indikator Kepercayaan Merek.....	14
2.3. Keputusan Pembelian	15

2.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
2.3.2. Indikator Keputusan Pembelian	16
2.4. Hasil Penelitian Terdahulu	17
2.5. Hubungan antar Variabel	19
2.5.1. Hubungan antara Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian	19
2.5.2. Hubungan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	19
2.5.3. Hubungan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian	20
2.6. Kerangka Berpikir	20
2.7. Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1. Rancangan Penelitian	22
3.2. Subjek Penelitian/Populasi Sampel	23
3.2.1. Subjek dan Objek Penelitian	23
3.2.2. Populasi dan Sampel	23
3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	24
3.4. Metode Dan Instrument Pengumpulan Data.....	26
3.4.1. Metode Pengumpulan Data.....	26
3.4.2. Instrumen Pengumpulan Data.....	26
3.5. Metode dan Teknik Analisis Data.....	29
3.5.1. Uji Asumsi Klasik.....	30
3.5.2. Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.6. Uji Hipotesis	33
BAB IV PEMBAHASAN.....	35
4.1. Deskripsi Data	35
4.2. Pengujian Asumsi	36
4.2.1. Uji Asumsi Klasik.....	36
4.2.2. Analisis Regresi Linier Berganda	41

4.3. Uji Hipotesis	42
4.3.1. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	42
4.3.2. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	43
4.4.3. Koefisien Determinasi R^2	44
4.4. Pembahasan.....	44
4.4.1. Hubungan Kualitas Produk (X_1) dan Kepercayaan (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	44
4.4.2. Hubungan Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	45
4.4.3. Hubungan Kepercayaan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	46
4.5. Keterbatasan Penelitian.....	47
4.6. Implikasi Penelitian	47
 BAB V PENUTUP.....	 49
5.1. Ringkasan.....	49
5.2. Simpulan	50
5.3. Saran	50
 DAFTAR RUJUKAN	 52
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Kategori Ritel Jual Beli <i>Online</i>	3
Tabel 1.2 Observasi Awal Variabel Keputusan Pembelian	4
Tabel 1.3 Observasi Awal Variabel Kualitas Produk	5
Tabel 1.4 Observasi Awal Variabel Kepercayaan Merek	6
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Konsep Operasional Variabel Penelitian	24
Tabel 3.2 Konsep Variabel, Indikator, Satuan Ukur dan Skala Pengukuran	25
Tabel 3.3 Skala Likert pada Pertanyaan Tertutup	27
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Butir Kuisisioner Kualitas Produk.....	28
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas	29
Tabel 4.1 Deskripsi Data Responden	35
Tabel 4.2 Uji <i>Kolmogrov-Smirnov</i>	38
Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	39
Tabel 4.4 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
Tabel 4.5 Hasil Uji F.....	42
Tabel 4.6 Hasil Uji t	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	21
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Grafik Histogram <i>P-plot</i>	37
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Heteroskedastitas menggunakan <i>Scatterplot</i>	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
----------	---------

Lampiran 01. <i>Top Brand Index Situs Jual Beli Online 2017-2022</i>	55
Lampiran 02. <i>Top 20 Countries with Highest Number of Internet Users</i> – 2021	56
Lampiran 03. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal dan Kuesioner Secara Total Variabel Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Keputusan Pembelian.....	57
Lampiran 04. Kuisisioner Penelitian	63
Lampiran 05. Data Responden Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Pengguna Tokopedia	67
Lampiran 06. Tabulasi Data Sampel Kecil Variabel Kualitas Produk (X_1) dan Kepercayaan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	71
Lampiran 07. Tabulasi Data Sampel Besar Variabel Kualitas Produk (X_1) dan Kepercayaan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	73
Lampiran 08. Tabulasi Data Analisis Regresi Linier Berganda Variabel Kualitas Produk (X_1) Dan Kepercayaan Merek (X_2)	77
Lampiran 09. Hasil Output SPSS.....	83