

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* SECARA
ONLINE DI SHOPEE (STUDI KASUS PENGGUNA SHOPEE DI
INDONESIA)**

Skripsi diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar
Sarjana Manajemen

Oleh

Sukma Dina

NPM : 41183402180044



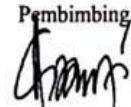
Program S-1
Jurusan Manajemen

UNIVERSITAS ISLAM "45"
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2023

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* SECARA
***ONLINE* DI SHOPEE (STUDI KASUS PENGGUNA SHOPEE DI**
INDONESIA)



Tanggal : 24 Mei 2023

Oleh
Sukma Dina
NPM : 41183402180044

Disetujui,
Pembimbing


Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Mengetahui,


Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen

Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* SECARA
ONLINE DI SHOPEE (STUDI KASUS PENGGUNA SHOPEE DI
INDONESIA)**

Tanggal : 31 Mei 2023

Oleh

Sukma Dina

NPM : 41183402180044

Diuji oleh,

Penguji I

Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

Penguji II

Tuti Sulastri, Dra., M.M.

Mengetahui,
Pembimbing

Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen

Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sukma Dina

Npm : 41183402180044

Judul Skripsi/Penelitian : Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian produk *Fashion* secara *Online* (Studi Kasus Para Pengguna *Shopee* di Indonesia)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemeran asli saya sendiri. Dalam Skripsi ini tidak dapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi manapun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera pada daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari Skripsi ini terbukti merupakan duplikasi atau plagiarisme ataupun terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya akan bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi yang berlaku.

Demikian Lembar Pernyataan ini saya buat dengan sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak mana pun.

Bekasi, 7 Mei 2023

Yang mengatakan



Sukma Dina

ABSTRAK

Sukma Dina (41183402180044)

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian produk Fashion secara Online (Studi Kasus Para Pengguna Shopee di Indonesia)

Xiii + 86 halaman + 23 tabel + 6 gambar + 17 Lampiran

Kata Kunci : kualitas pelayanan, kualitas produk, kepercayaan, dan keputusan pembelian.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk fashion muslimah pada E-commerce shopee. Metode penelitian yang digunakan penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah konsumen shopee sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan kuesioner.

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 53.937 dengan tingkat signifikan 0,000, maka H_0 ditolak H_a diterima. Hasil ini menunjukkan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Apabila ditinjau secara parsial uji hipotesis melalui analisis regresi berganda variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dari nilai uji t yaitu t_{hitung} pada variabel kualitas pelayanan $X_1 = 1,754$ dengan tingkat signifikan 0,083 lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima H_1 ditolak, kemudian variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dari nilai uji t yaitu t_{hitung} pada variabel kualitas produk $X_2 = 3,857$ dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak H_2 diterima, dan variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dari nilai uji t yaitu t_{hitung} pada variabel harga $X_3 = 1,912$ dengan tingkat signifikan 0,059 lebih kecil dari 0,05 maka H_0 diterima H_3 ditolak. Pengaruh tersebut dapat diprediksi dengan menggunakan persamaan regresi $Y = 6,691 + 0,144 (X_1) + 0,346 (X_2) + 0,185 (X_3)$. Dari hasil ini dapat dilihat ketiga variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel kualitas produk adalah positif artinya variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Dari hasil penelitian ini bahwa kontribusi variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan adalah sebesar 62,8%, sedangkan sisanya 37,2% dipengaruhi oleh variabel atau faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka : 38 (2012-2022)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan ridho-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian produk Fashion secara Online (Studi Kasus Para Pengguna Shopee Di Indonesia)” Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.

Dalam kegiatan penelitian hingga penyusunan skripsi, penulis mendapatkan banyak pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing dan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
2. Ibu Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Dosen-dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi yang dengan sabar membimbing, memberikan dan membagi ilmunya kepada kami semua dari semester awal sampai dengan sekarang.
4. Orang tua tercinta dan adik saya Sukma Rahmani yang telah mensupport dan mendoakan saya dalam segala hal serta memberikan kasih sayang yang teramat besar yang tak mungkin dapat saya balas dengan apapun.
5. Sahabat-sahabat saya Sri Rahayu, Tabitha Selby Oktora, Yulinda Kusumaningtias, Siti Aisyah, Farah Nurlela, Fidela Calista, Silvia Aprilia, Nopriana Ashari, Nurul Sandra dan Anggota Magma 2018 yang telah membantu dan mensupport dalam proses skripsi ini.

6. Terima kasih untuk member NCT WAYV terutama Xiao Dejun atau Dejun yang telah menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir atau skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu diharapkan pembaca dapat memberikan kritik dan saran yang membangun bagi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan bagi semua pihak.

Bekasi, 1 Maret 2023

Penulis,

Sukma Dina

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kualitas Pelayanan (X_1)	11
2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	11
2.1.2 Indikator Kualitas Pelayanan	11
2.1.3 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan	12
2.1.4 Kesenjangan Kualitas Pelayanan	13
2.2 Kualitas Produk (X_2)	14
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	14
2.2.2 Indikator Kualitas Produk	14
2.3 Kepercayaan (X_3)	15

2.3.1	Pengertian Kepercayaan.....	15
2.3.2	Elemen-Elemen yang Memengaruhi Kepercayaan.....	15
2.3.3	Indikator Kepercayaan	15
2.4	Keputusan Pembelian (Y).....	16
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
2.4.2	Struktur Keputusain Pembeliain	17
2.4.3	Proses Pengambilain Keputusain	18
2.4.4	Indikaitor Keputusain Pembeliain.....	19
2.5	Penelitian Terdahulu.....	19
2.6	Kerangka Pemikiran	23
BAB III		28
METODE PENELITIAN		28
3.1	Desain Penelitian	28
3.1.1	Metode Penelitian.....	28
3.1.2	Populasi dan Sampel	28
3.1.3	Jenis dan Sumber Data	29
3.1.4	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.2	Model dan Instrumen Penelitian.....	30
3.2.1	Kualitas Pelayanan (X_1)	31
3.2.2	Kualitas Produk (X_2).....	32
3.2.3	Kepercayaan (X_3).....	32
3.2.4	Keputusan Pembelian (Y)	33
3.3	Teknik Analisis Data	33
3.3.1	Metode Analisis Deskriptif	34
3.3.2	Uji Instrumen	34
3.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.3.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
8.6.5	Uji Penelitian Hipotesis	38
BAB IV		41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		41

4.1	Deskripsi Objek Penelitian	41
4.1.1	Sejarah Singkat Shopee	41
4.1.2	Logo Shopee	43
4.1.3	Visi dan Misi Shopee	43
4.2	Uji Kualitas Data	43
4.2.1	Deskripsi Hasil Uji Validitas	43
4.2.2	Deskripsi Hasil Uji Reliabilitas	47
4.3	Deskripsi Data Responden	48
4.4	Deskripsi Variabel	49
4.4.1	Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	49
4.4.2	Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk (X_2)	51
4.4.3	Deskripsi Data Variabel Kepercayaan (X_3)	53
4.4.4	Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	55
4.4.5	Deskripsi Hasil Uji Statistik	56
4.5	Uji Asumsi Klasik	58
4.5.1	Uji Normalitas	58
4.5.2	Uji Multikolinearitas	59
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas (Glejser)	60
4.6	Analisis Regresi Linier Berganda	62
4.7	Uji Hipotesis Penelitian	63
4.7.1	Uji Signifikan Secarai Parsial (Uji t)	63
4.7.2	Uji Signifikan Secairai Bersama-sama atau Anova (Uji f)	64
4.7.3	Koefisien Determinan (R^2)	66
4.8	Pembahasan	68
4.8.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Fashion secara Online di Shopee	69
4.8.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Fashion secara Online di Shopee	71
4.8.3	Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Fashion secara Online di Shopee	73

4.8.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Fashion secara Online di Shopee .	74
4.9	Kelemahan Penelitian.....	74
BAB V	76
SIMPULAN DAN SARAN	76
5.1	Simpulan.....	76
5.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Hasil Wawancara Kualitas Pelayanan	6
Tabel 1. 2 Data Hasil Wawancara Kualitas Produk	7
Tabel 2. 1 Penelitiain Terdaihulu	20
Tabel 3. 1 Kategori Pemberian Skor Alternatif Jawabain.....	30
Tabel 4. 1 Hasil Uji Vailiditas Kualitas Pelayanan (X_1).....	44
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_2).....	45
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X_3).....	46
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	47
Tabel 4. 6 Data Karakteristik Responden Penelitian	48
Tabel 4. 7 Skor Jawaban Responden Kualitas Pelayanan (X_1).....	50
Tabel 4. 8 Skor Jawaban Responden Kuailitais Produk (X_2).....	51
Tabel 4. 9 Skor Jawaban Responden Kepercayaan (X_3).....	53
Tabel 4. 10 Skor Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y)	55
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	59
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinieritas	60
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser)	61
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
Tabel 4. 16 Hasil Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t).....	63
Tabel 4. 17 Hasil Uji Signifikan Secara Bersama-sama (Uji F)	65
Tabel 4. 18 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	66
Tabel 4. 19 Rekapitulasi Hasil Uji Staitistik.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-Commerce di Indonesia 2017-2022..	1
Gambar 1.2 Keluhan Konsumen.....	3
Gambar 1.3 Data Penjualan Produk Pakaian Wanita Periode Januari-Februari 2022..	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1 Jumlah penilaian Shopee di Appstore	42
Gambar 4.2 Logo Shopee.....	43

SCAN BUKTI BEBAS PLAGIARIS

SKRIPSI_SUKMA DINA_41183402180044_REVISI 30 APRIL 2023			
ORIGINALITY REPORT			
24%	20%	7%	14%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source		6%
2	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper		4%
3	www.journal.stienas-y pb.ac.id Internet Source		1%
4	ijsr.internationaljournallabs.com Internet Source		1%
5	repository.untag-sby.ac.id Internet Source		1%
6	docplayer.info Internet Source		1%
7	databoks-series.katadata.co.id Internet Source		1%
8	kc.umn.ac.id Internet Source		1%
9	repository.stiewidyagalumajang.ac.id Internet Source		1%
10	proceeding.unpkediri.ac.id Internet Source		<1%
11	Submitted to unars Student Paper		<1%
12	e-journal.uajy.ac.id Internet Source		<1%
13	ejurnal.ung.ac.id Internet Source		<1%
14	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Student Paper		<1%