

SKRIPSI

“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE”

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)



Oleh :

AISYAH DINDA NOVITA ACHIR

1211600005

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2020**

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE* SHOPEE

(Studi kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)



Oleh :

AISYAH DINDA NOVITA ACHIR

NBI : 1211600005

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2020**

===== SKRIPSI =====

**“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKETPLACE SHOPEE”**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Ditujukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Program Studi Manajemen

Oleh :

AISYAH DINDA NOVITA ACHIR

1211600005

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2020**

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Aisyah D inda Novita Achir

NBI : 1211600005

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Surabaya, 10 Januari 2020

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing,



I A Nuh Kartini, SE.,MM.

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan siding Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal: 22 Februari 2020.

TIM PENGUJI :

1. Dr. Wiwik Retnaningsih, MM.

- Ketua :



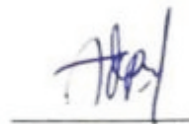
2. Dr. Endah Budiarti, M.Si

- Anggota :



3. I A Nuh Kartini, SE.,MM.

- Anggota :



Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Aisyah Dinda Novita Achir
2. NBI : 1211600005
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK : 3578095511940001
6. Alamat Rumah : Jl. Nginden II F No. 29 C – Surabaya

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“ PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya) “

Adalah benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus Surabaya.

Surabaya, 10 Januari 2020

Yang Membuat



Aisyah Dinda Novita Achir



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TLP. 031 593 1800 (EX 311)
EMAIL: PERPUS@UNTAG-SBY.AC.ID.

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aisyah Dinda Novita Achir
NBI : 1211600005
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

**"PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKETPLACE SHOPEE"**

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal :

Yang Menyatakan,


(Aisyah Dinda N-A.)

Ku Persembahkan Untuk :

1. ALLAH SWT yang telah memberiku kesempatan untuk merasakan bangku kuliah di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Almarhumah Ibuku tercinta ini adalah salah satu gerbang pengorbanan dan kerja kerasku untukmu Bu because I love you.
3. Ayahku tercinta, saat ini aku telah menunjukkan padamu bahwa aku bekerja keras untuk membuatmu tersenyum.
4. Kakakku Tercinta " Rachma Dinna Rizky Irvani " yang selalu memberi motivasi dalam menempuh perkuliahan.
5. Keponakan - keponakanku tercinta tiga tuyul " Rania, Fildza dan Fira " yang selalu memberi keceriaan untukku.
6. Belahan jiwaku " Lukman Hidayat " yang selalu memberi dorongan, semangat, serta dukungan dari berbagai arah.
7. Teman - temanku bimbingan skripsi " Risma, Nur Lailah, Naylil, dan revi " yang selalu memberi semangat dengan canda tawanya.
8. Teman - teman seperjuangan angkatan 2016 " Rossa, Fenny, Leony, Indar, Intan, Rosita " yang selalu mendoakan agar skripsiku cepat terselesaikan dengan predikat baik.
9. Para guru dan dosen yang selama ini telah memberiku pengalaman berharga.

KATA PENGANTAR

Dengan Lantunan kalimat Alhamdulillah, kehadiran ALLAH SWT dengan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya) ”.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan dalam menempuh ujian Strata-1 program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Selama proses penyusunan skripsi ini penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Sehubungan dengan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. I A Nuh Kartini, SE.,MM. selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses

perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

4. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
6. Seluruh sahabat dan keluarga besar DPM, BEM dan Humajur Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, terutama Kepengurusan Periode tahun 2016 yang telah banyak membantu, member semangat dan doa serta bantuan dalam menjalani proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan menjadi penyemangat saya.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu dengan segenap kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi saya dan para pembaca, Terima Kasih.

Surabaya, 10 Januari 2020

Penulis

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

PT Shopee Internasional Indonesia merupakan marketplace online untuk jual beli dengan cara yang mudah dan cepat. Shopee menawarkan berbagai macam produk mulai dari fashion sampai dengan kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile dan website untuk memudahkan penggunaannya dalam melakukan kegiatan belanja online.

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas adalah untuk mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee. Penelitian ini mengambil responden dari seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis baik laki – laki maupun perempuan. Mahasiswa yang akan dijadikan Obyek penelitian ini berjumlah 100 orang. Dalam Pelaksanaan dilapangan, penelitian ini mengambil data primer yaitu dengan menggunakan kuesioner. Jenis Penelitian yang akan digunakan adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis. Sedangkan uji asumsi klasik yang digunakan antara lain, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Autokorelasi dan Uji Normalitas Data. Secara Keseluruhan, indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid (karena nilai koefisien korelasi >0.200 dengan tingkat signifikansi <0.05) dan reliable (karena nilai koefisien Cronbach's Alpha > 0.60). Hasil uji asumsi klasik juga menunjukkan bahwa penelitian initelah memenuhi, antara lain 1. Kedua model regresi bebas dari multikolinearitas; 2. Tidak terjadi heteroskedastisitas; 3. Tidak terjadi auto korelasi pada kedua model regresi; dan 4. Residual kedua model regresi berdistribusi norma.

Pada hasil temuan analisis menyimpulkan bahwa semua variabel berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Hal ini dibuktikan dengan uji F yang menunjukkan bahwa nilai F hitung $> F$ tabel yaitu $127,883 > 2,699$.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE PERSEPS AND TRUST ON PURCHASE DECISIONS IN MARKETPLACE SHOPEE

(Case Study of University of Economics and Business Faculty Students 17 August 1945 Surabaya)

PT Shopee Internasional Indonesia is an online marketplace for buying and selling in an easy and fast way. Shopee offers a variety of products ranging from fashion to everyday needs. Shopee comes in the form of mobile applications and websites to make it easier for users to do online shopping.

The research objectives to be achieved in accordance with the formulation of the problems described above is to find out and analyze the influence of Service Quality, Price Perseps, and Trust on Purchasing Decisions in the Shopee Marketplace. This study took respondents from all students of the Faculty of Economics and Business, both men and women. The number of students who will be the object of this research is 100 people. In the field implementation, this study took primary data using a questionnaire. This type of research that will be used is to use quantitative research methods.

The analysis technique used is multiple linear regression analysis to test hypotheses. While the classic assumption tests used include, Multicollinearity Test, Heteroscedasticity Test, Autocorrelation Test and Data Normality Test. Overall, the indicators used in this study are valid (because the correlation coefficient > 0.200 with a significance level < 0.05) and reliable (because the Cronbach's Alpha coefficient value > 0.60). The classical assumption test results also indicate that this research has fulfilled, among others 1. Both regression models are free from multicollinearity; 2. There is no heteroscedasticity; 3. There is no auto correlation between the two regression models; and 4. Residuals of the two regression models are norm distributed.

The results of the analysis conclude that all variables significantly influence the Purchasing Decision (Y) This is evidenced by the F test which shows that the calculated F value $> F$ table is $127,883 > 2,699$.

Keywords: Service Quality, Price, Trust, Purchasing Decisions

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Konsep Manajemen Pemasaran	8
2.1.3 Fungsi Manajemen Pemasaran	9
2.1.4 Strategi Pemasaran	10
2.1.5 Bauran Pemasaran	11
2.1.6 Pengertian Jasa	13
2.1.7 Karakteristik Jasa.....	14
2.1.8 Pengertian Kualitas Layanan	15
2.1.9 Indikator Kualitas Layanan.....	16
2.1.10 Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan	17
2.1.11 Pengertian Harga	20
2.1.12 Tujuan Penetapan Harga.....	21

2.1.13 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Harga	23
2.1.14 Persepsi Harga	24
2.1.15 Indikator Persepsi harga	26
2.1.16 Pengertian Kepercayaan	27
2.1.17 Dimensi dan Indikator Kepercayaan.....	28
2.1.18 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan	30
2.1.19 Pengertian Keputusan Pembelian	30
2.1.20 Tahap – Tahap Keputusan Pembelian.....	31
2.1.21 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	33
2.1.22 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	35
2.1.23 Hubungan Antar Variabel	36
2.1.23.1 Hubungan Antara Kualitas Layanan dengan Keputusan Pembelian	36
2.1.23.2 Hubungan Antara Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian	37
2.1.23.3 Hubungan Antara Kepercayaan dengan Keputusan Pembelian	38
2.1.24 Kerangka Konseptual	39
2.1.25 Hipotesis	40
2.1.25.1 Pengertian Hipotesis	40
2.1.25.2 Karakteristik Hipotesis.....	40
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Desain Penelitian	43
3.2 Jenis Penelitian	44
3.3 Tempat dan Waktu	44
3.4 Populasi dan Sampel	44
3.5 Teknik Penarikan Sampel	45
3.6 Jenis Data dan Sumber Data	46
3.7 Teknik Pengumpulan Data	47
3.8 Definisi Variabel dan Definisi Operasional	48
3.9 Metode Analisa Data dan Analisis Data	54
3.9.1 Uji Validitas	54
3.9.2 Uji Reabilitas	54
3.10 Uji Deskriptif.....	55
3.11 Analisis Regresi Linier Berganda	55

3.12 Koefisien Determinasi (r^2)	57
3.13 Teknik Pengujian Hipotesis	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.1.1 Gambaran Umum PT Shopee Internasional Indonesia	60
4.1.2 Gambaran Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya	63
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	66
4.2.1 Deskripsi Demografi Responden	66
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	67
4.3 Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)	75
4.4 Analisis Data	77
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	77
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	79
4.4.3 Analisis Koefisien Determinasi R^2	84
4.5 Pengujian Hipotesis	85
4.5.1 Pengujian Pengaruh Parsial dengan Uji T	85
4.5.2 Pengujian Pengaruh Simultan dengan Uji F	86
4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian	88
4.6.1 Pengaruh Secara Parsial Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	88
4.6.2 Pengaruh Secara Simultan Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	90
4.7 Implikasi Penelitian	90
4.7 Keterbatasan Penelitian	91
BAB V PENUTUP	92
5.1 Simpulan	92
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Lima Tahap Proses Membeli.....	31
2.2 Hubungan Kualitas Layanan dan Keputusan Pembelian	37
2.3 Kerangka Konseptual	39
4.4 Uji Heteroskedastisitas	83

DAFTAR TABEL

4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.2 Responden Berdasarkan Usia	67
4.3 Jawaban Responden Terhadap Indikator Variabel Kualitas Layanan (X1).....	68
4.4 Jawaban Responden Terhadap Indikator Variabel Persepsi Harga (X2)	70
4.5 Jawaban Responden Terhadap Indikator Variabel Kepercayaan (X3) ..	72
4.6 Jawaban Responden Terhadap Indikator Variabel Keputusan Pembelian (X3).....	73
4.7 Uji Validitas	76
4.8 Uji Reabilitas.....	77
4.9 Regresi Linier Berganda	78
4.10 Uji Normalitas	80
4.11 Uji Multikolinearitas	81
4.12 Uji Auto Korelasi	82
4.15. Koefisien Determinasi Berganda	84
4.17 Uji Parsial (Uji T).....	85
4.10 Uji Simultan (Uji F)	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Kuesioner	96
Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden.....	104
Lampiran 3. Output SPSS.....	107
Lampiran 4. Tabel R.....	119
Lampiran 5. Tabel F	121
Lampiran 6. Tabel T	124