

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE SHOP MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI & BISNIS UNTAG
SURABAYA**



Oleh :

Olivia Medriani Lamain

NBI 1211700076

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE SHOP MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI & BISNIS UNTAG
SURABAYA**



Oleh :

Olivia Medriani Lamain

NBI 1211700076

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE SHOP MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI & BISNIS UNTAG
SURABAYA**

S K R I P S I

Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna

Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :

Olivia Medriani Lamain

NBI : 1211700076

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

2021

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Olivia Medriani Lamain
NBI : 1211700076
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Melalui Media Sosial Instagram Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 06 Januari 2021

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing,

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large loop and a long horizontal stroke, followed by a vertical line.

Drs. M. Suyanto, MM

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal : 21 Januari 2021

TIM PENGUJI :

1. Dra. Erma Yuliaty, MM
2. Drs. Ec. Sigit Santoso, MM
3. Drs. Ec. M. Suyanto, MM

TANDA TANGAN

Ketua :

Anggota :

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 (KTP) | : Olivia Medriani Lamain (P) |
| 2. NBI | : 1211700076 |
| 3. Fakultas | : Ekonomi Dan Bisnis |
| 4. Program Studi | : Manajemen |
| 5. NIK (KTP) | : 7201075705990002 |
| 6. Alamat Rumah (KTP) | : Desa Hohudongan, Kec.Pagimana,
Kab.Banggai RT. 002/000 |

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE SHOP MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI & BISNIS UNTAG SURABAYA”

Adalah benar-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 Untag Surabaya.

Surabaya, 21 Januari 2021

Yang Membuat,



6000
ENAM RIBU RUPIAH



(Olivia Medriani Lamain)



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 : Olivia Medriani Laman
NBI : 121700076
Fakultas : Ekonomi & 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 Noneksklusif (Nonexclusive
Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan
Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian online shop Melalui
Media Sosial Instagram Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis
UNTA 1945 Surabaya

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (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 : 08 Januari 2021

Yang Menyatakan,



(Olivia Medriani Laman)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada :

1. Drs. Ec. M. Suyanto, 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 19 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan

kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan krena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.

5. Seluruh Bpk/Ibu Dosen dan Tim Penguji yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
6. 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.
7. Kedua Orang Tua saya, Bpk. Septianus Lamain dan Ibu. Yefan Adji yang telah memberi saya ijin, do'a, semangat, motivasi, kesempatan, dan waktu sehingga saya dapat menjalani proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan sangat baik.
8. Kedua adik saya , Vindi Yeselia Lamain dan Geoffrey Princ Lamain yang telah banyak membantu, memberi semangat, dorongan, motivasi dan do'a sehingga saya dapat menjalani proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik.
9. Kekasih saya, Kelvin Fehr yang telah banyak membantu, memberi semangat, dorongan dan do'a sehingga saya dapat menjalani proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik.
10. Keluarga besar saya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu, memberi semangat, dorongan dan do'a sehingga saya dapat menjalani proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi

dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik.

11. Seluruh teman – teman saya Daniel JTriper, Rega Gyuri, Bryan Zeuso, Diva Masoso, Erwin Haebun, Betsi Pasaribu, Hellen Gozali dan seluruh teman – teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu, memberi semangat, dorongan dan do'a sehingga saya dapat menjalani proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik.

Dengan segala kelebihan serta kekurang yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak cacat cela dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Motto saya adalah *“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa - RIDWAN KAMIL -”*

Akhir kata, semoga skripsi ii dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 21 Januari 2021



Penulis

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE SHOP MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI & BISNIS UNTAG SURABAYA

UNTAG Surabaya yang beralamat di Jalan Semolowaru merupakan perguruan tinggi swasta yang memiliki banyak organisasi kemahasiswaan, dilengkapi dengan sarana yang memadai khususnya dalam penggunaan teknologi. Lingkungan Untag Surabaya dilengkapi dengan jaringan internet (WIFI) sehingga mahasiswa dapat dengan mudah mengakses internet guna berinteraksi baik secara formal maupun non formal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian *online* melalui media sosial instagram dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Untag Surabaya.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 75 responden yang di ambil dari mahasiswa yang pernah melakukan pembelian *online* melalui media sosial instagram, teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling*. Metode pengumpulan data yaitu menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, sedangkan Uji Asumsi Klasik yang digunakan antara lain : Uji Multikoliniertas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Normalitas. Secara keseluruhan, indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel. Hasil uji asumsi klasik juga menunjukkan bahwa penelitian ini bebas dari multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas dan berdistribusi normal. Sedangkan pengujian hipotesis menggunakan : Uji t, Uji F, dan Uji R^2 .

Dari hasil nilai Uji F menunjukkan bahwa Persepsi Harga (X_1), Kualitas Layanan (X_2), dan Kepercayaan (X_3) sama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian online shop melalui media sosial instagram pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya. Tetapi yang berpengaruh signifikan adalah variabel kualitas layanan (X_2) dan kepercayaan (X_3) hal tersebut dapat dilihat pada hasil Uji t pada bab sebelumnya dimana X_2 dan X_3 pada nilai t hitung lebih besar dari t tabel yang menghasilkan angka $3,945 > 1,99394$ dan $2,396 > 1,99394$, sedangkan X_1 pada nilai t hitung hanya menghasilkan angka $1,266 < 1,99394$.

Kata kunci : Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Kepercayaan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, QUALITY OF SERVICE, AND TRUST ON ONLINE SHOP PURCHASE DECISIONS THROUGH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM STUDENT FACULTY OF ECONOMICS & BUSINESS UNTAG SURABAYA

UNTAG Surabaya which is located at Jalan Semolowaru is a private university that has many student organizations, equipped with adequate facilities, especially in the use of technology. The Untag Surabaya environment is equipped with an internet network (WIFI) so that students can easily access the internet to interact both formally and informally.

This study aims to determine and analyze the effect of perceived price, service quality, and trust on online purchasing decisions through social media Instagram among students of the Faculty of Economics and Business, Untag Surabaya.

The type of research used is quantitative research. The sample in this study were 75 respondents who were taken from students who had made online purchases through social media Instagram, the sampling technique used was random sampling. The data collection method is using a questionnaire. The data analysis technique used multiple linear regression analysis, while the Classical Assumption Test used included: Multicollinaper Test, Heteroscedasticity Test, and Normality Test. Overall, the indicators used in this study are valid and reliable. The results of the classical assumption test also show that this study is free from multicollinearity, does not occur heteroscedasticity and is normally distributed. While testing the hypothesis using: t test, F test, and R2 test.

From the results of the F test value shows that Price Perception (X1), Service Quality (X2), and Trust (X3) both influence online shop purchasing decisions through social media Instagram for Students of the Faculty of Economics

and Business, Untag Surabaya. But what has a significant effect is the variable service quality (X2) and trust (X3), this can be seen in the results of the t test in the previous chapter where X2 and X3 at the t value is greater than the t table which results in the numbers $3.945 > 1.99394$ and $2.396 > 1.99394$, while X1 on the t value only results in the number $1.266 < 1.99394$.

Keywords: Price Perception, Service Quality, Trust, Purchase Decision

RINGKASAN

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE SHOP MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI & BISNIS UNTAG SURABAYA

UNTAG Surabaya yang beralamat di Jalan Semolowaru merupakan perguruan tinggi swasta yang memiliki banyak organisasi kemahasiswaan, dilengkapi dengan sarana yang memadai khususnya dalam penggunaan teknologi. Lingkungan Untag Surabaya dilengkapi dengan jaringan internet (WIFI) sehingga mahasiswa dapat dengan mudah mengakses internet guna berinteraksi baik secara formal maupun non formal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian *online* melalui media sosial instagram dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Untag Surabaya.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 75 responden yang di ambil dari mahasiswa yang pernah melakukan pembelian *online* melalui media sosial instagram, teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling*. Metode pengumpulan data yaitu menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, Uji Asumsi Klasik antara lain : Uji Multikoliniertas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Normalitas. Sedangkan pengujian hipotesis menggunakan : Uji t, Uji F, dan Uji R^2 .

Dari hasil nilai Uji F menunjukkan bahwa Persepsi Harga (X_1), Kualitas Layanan (X_2), dan Kepercayaan (X_3) sama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian online shop melalui media sosial instagram pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya. Tetapi yang berpengaruh signifikan adalah

variabel kualitas layanan (X_2) dan kepercayaan (X_3) hal tersebut dapat dilihat pada hasil Uji t pada bab sebelumnya dimana X_2 dan X_3 pada nilai t hitung lebih besar dari t tabel yang menghasilkan angka $3,945 > 1,99394$ dan $2,396 > 1,99394$, sedangkan X_1 pada nilai t hitung hanya menghasilkan angka $1,266 < 1,99394$.

SUMMARY

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, QUALITY OF SERVICE, AND TRUST ON ONLINE SHOP PURCHASE DECISIONS THROUGH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM STUDENT FACULTY OF ECONOMICS & BUSINESS UNTAG SURABAYA

UNTAG Surabaya which is located at Jalan Semolowaru is a private university that has many student organizations, equipped with adequate facilities, especially in the use of technology. The Untag Surabaya environment is equipped with an internet network (WIFI) so that students can easily access the internet to interact both formally and informally.

This study aims to determine and analyze the effect of perceived price, service quality, and trust on online purchasing decisions through social media Instagram among students of the Faculty of Economics and Business, Untag Surabaya.

The type of research used is quantitative research. The sample in this study were 75 respondents who were taken from students who had made online purchases through social media Instagram, the sampling technique used was random sampling. The data collection method is using a questionnaire. The data analysis technique used multiple linear regression analysis, the Classical Assumption Test, among others: Multicollinaper Test, Heteroscedasticity Test, and Normality Test. While testing the hypothesis using: t test, F test, and R2 test.

From the results of the F test value shows that Price Perception (X1), Service Quality (X2), and Trust (X3) both influence online shop purchasing decisions through social media Instagram for Students of the Faculty of Economics and Business, Untag Surabaya. But what has a significant effect is the variable service quality (X2) and trust (X3), this can be seen in the results of the t test in the previous chapter where X2 and X3 at the t value is greater than the t table which

results in the numbers $3.945 > 1.99394$ and $2.396. > 1.99394$, while X1 on the t value only results in the number $1.266 < 1.99394$.

DAFTAR ISI

COVER LUAR	i
COVER DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	xi
RINGKASAN	xiii
SUMMARY	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	9
2.1.1 Landasan Teori	9
2.1.1.1 Pemasaran	9
2.1.1.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.1.1.2 Strategi Pemasaran	9
2.1.1.2 E-Commerce	10

2.1.1.2.1 Pengertian E-Commerce	10
2.1.1.2.2 Ruang Lingkup E-Commerce	11
2.1.1.2.3 Manfaat E-Commerce	11
2.1.1.3 Persepsi Harga.....	14
2.1.1.3.1 Pengertian Persepsi Harga.....	14
2.1.1.3.2 Indikator Persepsi Harga	16
2.1.1.3.3 Tujuan Penetapan Harga	17
2.1.1.4 Kualitas Layanan.....	18
2.1.1.4.1 Pengertian Kualitas Layanan.....	18
2.1.1.4.2 Dimensi Kualitas Layanan	19
2.1.1.4.3 Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan.....	20
2.1.1.4.4 Karakteristik Kualitas Layanan.....	21
2.1.1.5 Kepercayaan.....	22
2.1.1.5.1 Pengertian Kepercayaan.....	22
2.1.1.5.2 Dimensi Kepercayaan	23
2.1.1.6 Keputusan Pembelian.....	24
2.1.1.6.1 Keputusan Pembelian Online	24
2.1.1.6.2 Proses Keputusan Pembelian	25
2.1.1.6.3 Faktor – faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen	26
2.1.1.6.4 Indikator Keputusan Pembelian	26
2.1.1.7 Instagram.....	27
2.1.1.7.1 Pengertian Instagram.....	27
2.1.2 Penelitian Terdahulu.....	29
2.2 Hubungan Antar Variabel	33
2.2.1 Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian	33
2.2.2 Hubungan Kualitas Layanan dengan Keputusan Pembelian.....	34
2.2.3 Hubungan Kepercayaan dengan Keputusan Pembelian	34

2.3 Kerangka Konseptual.....	35
2.4 Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
1.1 Desain Penelitian	41
1.2 Tempat dan Waktu	41
3.2.1 Tempat Penelitian.....	41
3.2.2 Waktu Penelitian	41
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	41
3.3.1 Jenis Data	41
3.3.2 Sumber Data	42
3.4 Populasi dan Sampel	42
3.4.1 Populasi	42
3.4.2 Sampel	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6 Definisi Variabel dan Devinisi Operasional	44
3.6.1 Definisi Variabel.....	44
3.6.2 Definisi Operasional.....	45
3.7 Proses Pengolahan Data.....	49
3.8 Metode Analisa Data.....	50
3.8.1 Uji Validitas	50
3.8.2 Uji Reabilitas	51
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	51
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data.....	53
3.9.1 Teknik Pengujian Hipotesis.....	53
3.9.1.1 Uji F (Simultan).....	53
3.9.1.2 Uji t (Parsial).....	54
3.9.2 Analisis Data	54
3.9.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda	54
3.9.2.2 Uji Determinasi (Uji R^2)	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	57
4.1.1 Sejarah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Untag Surabaya.....	57
4.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Untag Surabaya	58
4.1.3 Struktur Organisasi FEB Untag Surabaya.....	60
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	61
4.3 Uji Instrumen	62
4.3.1 Uji Validitas dan Reabilitas.....	62
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	71
4.4.1 Uji Multikolinieritas	71
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	72
4.4.3 Uji Normalitas	73
4.5 Teknik Analisis Regresi Linear Berganda	74
4.6 Teknik Pengujian Hipotesis	76
4.6.1 Uji t.....	76
4.6.2 Uji F.....	78
4.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)	79
4.7 Pembahasan Hasil Temuan	80
4.7.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	80
4.7.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian	81
4.7.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	81
4.8 Implikasi Penelitian	82
4.9 Keterbatasan Penelitian.....	83
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Simpulan	85
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 2020.....	3
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2020	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	35
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Untag Surabaya	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Mapping Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	56
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	61
Tabel 4.2 Usia Responden.....	61
Tabel 4.3 Rekomendasi Pembelian Responden	62
Tabel 4.4 Pengalaman Pembelian Responden.....	62
Tabel 4.5 Uji Validasi Persepsi Harga	63
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Persepsi Harga	64
Tabel 4.7 Reliability Statistics	64
Tabel 4.8 Uji Validasi Kualitas Layanan	65
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Kualitas Layanan	66
Tabel 4.10 Reliability Statistics	67
Tabel 4.11 Uji Validasi Kepercayaan.....	67
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Kepercayaan.....	68
Tabel 4.13 Reliability Statistics	69
Tabel 4.14 Uji Validasi Keputusan Pembelian	69
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 4.16 Reliability Statistics	71
Tabel 4.17 Uji Multikolinieritas.....	72
Tabel 4.18 Uji Heteroskedastisitas.....	73
Tabel 4.19 Uji Normalitas.....	74
Tabel 4.20 Analisis Linear Berganda	75
Tabel 4.21 Uji t	77
Tabel 4.22 Uji F	78
Tabel 4.23 Uji R^2	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	91
Lampiran 2 Tabulasi Data	95
Lampiran 3 Output SPSS 0.16	104
Lampiran 4 Tabel t	121
Lampiran 5 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian.....	122
Lampiran 6 Kartu Bimbingan Skripsi	123

