

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, ULASAN
PRODUK DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Konsumen Shopee di Kota Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen

**NINING FERONIKA
1802010216**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, ULASAN PRODUK DAN
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Shopee di Kota Purwokerto)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajmen**

**Nining Feronika
1802010216**

**Diperiksa dan Disetujui oleh :
Pembimbing**

**Hj. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D
NIK.2160183**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Nining Feronika
NIM : 1802010216
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judu : Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Ulasan
Produk dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota
Purwokerto)

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI :

Ketua : Hj. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D

Anggota I : M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si

Anggota II : Maulida Nurul Innayah, S.E., M.Sc

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 7 Januari 2022

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nining Feronika
NIM : 1802010216
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan sebenar-benarnya serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian dari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggung jawabkann sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 7 Januari 2022

Yang menyatakan,



Nining Feronika

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETTUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nining Feronika
NIM : 1802010216
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, ULASAN PRODUK
DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Shopee Di Kota Purwokerto)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat adan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 7 Januari 2022

Yang Menyatakan,



Nining Feronika

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah : 286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka, apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.” (Q.S. Al-Insyirah: 6-8)

“Berbuat baiklah kepada orang lain tanpa menunggu orang lain berbuat baik kepadamu” (nveronika)

PERSEMBAHAN

*Bismillahirrohmanirrohim, Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh
Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karuniaNya
sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu.
Dengan penuh semangat dan rasa syukur, penulis mempersembahkan skripsi ini
kepada orang-orang yang sangat berjasa bagi penulis.*

- ❖ *Untuk orang tua tercinta, sebagai tanda sayang, bakti, hormat, dan terima kasih yang tidak terhingga atas kasih sayang, kerja keras, motivasi, dan doa yang telah diberikan selama ini sehingga saya bisa mencapai titik ini.*
- ❖ *Kakak saya, terima kasih atas doa, dukungan, semangat dan motivasi selama ini.*

Walaikumsalam Warahmatullahi Wabarakatuh

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh

Segala puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmatNya, saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Ulasan Produk dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Shopee Di Kota Purwokerto)”.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusun skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Ns. Jebul Suroso, S.Kp., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Drs. Suyoto, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Akhmad Darmawan, S.E., M.Si, selaku pembimbing akademik saya yang telah memberikan motivasi agar menjalani perkuliahan dengan baik.
5. Herni Justiana Astuti, SE. M.Si, PhD, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat waktu sesuai dengan apa yang diharapkan.
6. M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si, selaku dosen penguji I saya yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
7. Maulida Nurul Innayah, S.E., M.Sc, selaku dosen penguji II saya yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
8. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu

pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.

9. Ibu tercinta Ibu Tarsem yang selalu memberikan dukungan moral maupun materil, nasihat, motivasi dan kasih sayang yang tidak terbatas sehingga saya selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini dan Almarhum Ayah tercinta Bapak Kuswarno Nahad yang sudah terlebih dahulu dipanggil oleh Yang Maha Kuasa. Terima kasih atas supportnya sehingga penulisan skripsi ini bisa selesai tepat waktu.
10. Kaka saya Puji terima kasih sudah menjadi kaka sekaligus ayah buat saya, tanda terima kasih atas dukungan, motivasi, semangat dan doa selama ini.
11. Untuk sahabat saya Almah Zumiyah (Almut), Dwi Purboningsih (Buning), Rahma Dwi Lestari (Tari), dan Erli terima kasih telah menjadi sahabat dan teman baik selama ini. Terimakasih atas bantuan dan dukungannya.
12. Untuk sahabat dan teman sepejuangan skripsi saya Dwi Lutfia (Lupi), Egis, Rachma, Cicih, Cita, Shelly, Rifka, Nuralifah, Mira dan Alfitri terima kasih atas motivasi semangat dan canda tawanya.
13. Untuk Ahmad Muzzamil terima kasih untuk selama ini sudah mendengarkan keluh kesah saya dan terimakasih juga karena telah membantu, mendukung, dan memotivasi saya dalam menyelesaikan skripsi.
14. Teman-teman seperjuangan Manajemen S1 kelas E dan Angkatan 2018 Semangat dan Sukses untuk kita semua.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting for just being me at all times.*

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin.

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 7 Januari 2022

Penulis

Nining Feronika
NIM: 1802010216

PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, ULASAN PRODUK DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi pada Konsumen Shopee Di Kota Purwokerto)

Nining Feronika¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
nveronika1819@gmail.com

Herni Justiana Astuti²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
hernitugas86@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kemudahan, kepercayaan, ulasan produk dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara *online*. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di kota Purwokerto yang melakukan keputusan pembelian pada Shopee. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria didapatkan sebanyak 120 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial kemudahan, kepercayaan, ulasan produk dan kualitas informasi berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian, sedangkan secara simultan kemudahan, kepercayaan, ulasan produk dan kualitas informasi berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kemudahan, Kepercayaan, Ulasan Produk, Kualitas Informasi, Keputusan Pembelian

THE EFFECT OF EASINESS, TRUST, PRODUCT REVIEWS, AND INFORMATION QUALITY ON PURCHASE DECISIONS

(Study On Shopee Consumers In Purwokerto)

Nining Feronika¹

Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
nveronika1819@gmail.com

Herni Justiana Astuti²

Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
hernitugas86@gmail.com

ABSTRAK

This study aimed to analyze the effect of easiness, trustworthiness, product reviews, and quality of information on purchase decisions. The data collection tool used in this study was a questionnaire. The population in this study was students in Purwokerto who made purchase decisions at Shopee. The sampling technique used in this study was purposive sampling that generated 120 respondents. The data analysis technique used in this study was multiple regression analysis. Based on the partial test, the results showed that easiness, trustworthiness, product reviews and information quality have a positive effect on purchase decisions. While based on simultaneous tests, easiness, trust, product reviews, and information quality have a positive effect on purchase decisions.

Keywords: *Easiness, Trust, Product Reviews, Information Quality, Purchase Decision*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETTUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Pembatasan Masalah	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1. Tujuan Penelitian	10
2. Manfaat Penelitian	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	12
1. Perilaku Konsumen	12
2. Teori Kognitif.....	13
a. Keputusan Pembelian.....	13
b. Kemudahan	15
c. Ulasan Produk	17
3. Teori Afektif.....	19
a. Kepercayaan.....	20
b. Kualitas Informasi	22
B. Hasil Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis	33
1. Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Ulasan Produk dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian	33
2. Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian	35
3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
4. Pengaruh Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian	38
5. Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	43

B. Populasi dan Sampel	43
1. Populasi	43
2. Sampel.....	44
C. Metode Pengumpulan Data.....	46
D. Variabel Penelitian	48
1. Variabel Independen (X).....	48
2. Variabel Dependen (Y)	48
E. Definisi Operasional.....	49
F. Metode Analisis Data.....	51
1. Uji Instrumen Penelitian	51
2. Uji Asumsi Klasik	53
3. Uji Regresi Linier Berganda	55
4. Uji Kecocokan Model	56
5. Uji T	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN	
A. Hasil Penelitian	64
1. Gambaran Umum Shopee	64
2. Response Rate	65
3. Gambaran Umum Responden	66
4. Analisis Statistik Deskriptif	69
5. Uji Instrumen Penelitian	76
6. Uji Asumsi Klasik	81
7. Uji Regresi Linear Berganda.....	85
8. Uji Kecocokan Model	87
9. Uji t.....	90
B. Pembahasan	95
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	102
B. Keterbatasan Penelitian	102
C. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN.....	111

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Find Out E-commerce Competition in Indonesia	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Banyaknya Kuesioner yang disebar berdasarkan Universitas	46
Tabel 3.2 Definisi Konsep, Operasional dan Indikator	49
Tabel 4.1 Respon Rate	66
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Asal Universitas	68
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan	68
Tabel 4.5 Statistic Deskriptif Kemudahan	70
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif	71
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Ulasan Produk	72
Tabel 4.8 Statistic Deskriptif Kualitas Informasi	73
Tabel 4.9 Statistic Deskriptif Keputusan Pembelian	75
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kemudahan (X1)	77
Tabel 4.11 Hasil pengujian validitas Variabel Kepercayaan (X2)	77
Tabel 4.12 Hasil pengujian validitas Variabel Ulasan Produk (X3)	78
Tabel 4.13 Hasil pengujian validitas Variabel Kualitas Informasi (X4)	79
Tabel 4.14 Hasil pengujian validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	80
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Uji Asumsi Klasik	81
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov Test	82
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas	83
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Spearman Rank	85
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	86
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	88
Tabel 4.21 Hasil Uji F (Simultan)	89
Tabel 4.22 Kesimpulan Hipotesis	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	57
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	60
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	61
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	62
Gambar 3.5 Kurva Uji t Hipotesis Kelima.....	63
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	65
Gambar 4.2. Kurva Uji F Hipotesis Pertama	90
Gambar 4.3 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	91
Gambar 4.4 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	92
Gambar 4.5 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	93
Gambar 4.6 Kurva Uji t Hipotesis Kelima.....	94

