

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN KONSUMEN,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Pada Konsumen Situs Shopee Di Purwokerto)



SKRIPSI

SELLY MONICA SUSANTI

1702010221

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
PURWOKERTO
2021**

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN KONSUMEN,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Situs Shopee Di Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

SELLY MONICA SUSANTI

1702010221

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
PURWOKERTO
2021**

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN KONSUMEN,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Pada Konsumen Situs Shopee Di Purwokerto)



SKRIPSI

Oleh:

SELLY MONICA SUSANTI

1702010221

Diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Hj. Herni Justiana Astuti', written over a vertical line that extends from the signature down to the name below.

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

NIK. 2160183

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Selly Monica Susanti
NIM : 1702010221
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh Kualitas Website, Citra Merek, Keputusan Konsumen dan , Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Situs Shopee)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen 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 1 : Dra. Tri Septin Muji R, S.E.,M.Si
Anggota 2 : Wida Purwidianti, S.E.,M.Si



Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 04 Februari 2021

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. H. Naelati Tubastuvi, SE, M.Si

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Selly Monica Susanti
NIM : 1702010221
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 hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 04 Februari 2021



Selly Monica Susanti

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

SKRIPSI KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Selly Monica Susanti
NIM : 1702010221
Program Studi : Manajemen S1
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 Kualitas Website, Citra Merek, Keputusan Konsumen dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Situs Shopee).”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/ mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan 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 : 04 Februari 2021
Yang menyatakan,


500FAJX006807312

Selly Monica Susanti

MOTTO

Selalu Ada Harapan Bagi Mereka Yang Berdoa,
Selalu Ada Jalan Bagi Mereka Yang Sering Berusaha



PERSEMBAHAN



Alhamdulillah, puji syukur kehadiran ALLAH atas rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Dengan penuh kerendahan hati dan tetap semangat, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang sangat berjasa dan sangat penting bagi penulis.

*Untuk kedua orangtua penulis, Bapak Santoso Prasetio A dan Ibu Eli Purwaningsih.
Adik tercinta Shakira Farra Elsanti, Suami tercinta Arif Rachmat H dan
Anak tercinta Azkayra Arsel Banafsha*

Terimakasih atas semua do'a dan motivasi yang telah diberikan. Semoga ALLAH senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Aamiin

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Sepatu Olahraga Adidas pada Mahasiswa Di 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 penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Anjar Nugroho, M.S.I., M.H.I, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Hj. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D, 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.
4. Dra. Tri Septin Muji R, S.E.,M.Si selaku dosen penguji I dan Wida Purwidianti, S.E.,M.Si selaku dosen penguji II yang selalu memberikan saran yang sangat membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada dibangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
6. Untuk Ayahanda dan Ibunda tercinta, persembahkan kecil saya untuk kedua orang tua yang luar biasa. Terima kasih atas motivasi dan dukungannya baik dalam bentuk moral maupun material, serta doa yang selalu dipanjatkan.
7. Untuk diri saya sendiri. Terima kasih telah berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini.

3. Untuk keluarga besar yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih untuk doa, nasehat, masukan, dan semangatnya selama ini.
9. Teman-teman Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto terima kasih atas pengalaman dan kebersamaannya.
10. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

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

Purwokerto, 04 Februari 2021

Penulis



Selly Monica Susanti

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN
KONSUMEN, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Situs Shopee Di Purwokerto)**

**Selly Monica Susanti¹Herni Justiana Astuti²
selmon0797@gmail.com , herni99@gmail.com**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas website, citra merek, kepercayaan konsumen, dan promosi terhadap keputusan pembelian di situs Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen situs Shopee di Purwokerto. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling* didapatkan 108 masyarakat Purwokerto. Data diperoleh dari responden dengan instrumen penelitian menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas *website*, citra merek, kepercayaan konsumen, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di situs Shopee. Variabel kualitas *website* dan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, namun variabel citra merek dan kepercayaan konsumen secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas *Website*, Citra Merek, Kepercayaan Konsumen, Promosi,
Keputusan Pembelian.

INFLUENCE ON WEBSITE QUALITY, BRAND IMAGE, CONSUMER TRUST, AND PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS

(Study on Shopee Website Consumers in Purwokerto)

Selly Monica Susanti¹Herni Justiana Astuti²
selmon0797@gmail.com , herni99@gmail.com

Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University Purwokerto

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of website quality, brand image, consumer trust, and promotion on purchasing decisions on the Shopee website. The population in this study were consumers of the Shopee site in Purwokerto. The sample selection in this study was carried out by purposive sampling obtained 108 Purwokerto communities. Data obtained from respondents with a research instrument using a questionnaire. The analysis technique used in this research is multiple regression analysis. The results of this study indicate that the variables of website quality, brand image, consumer trust, and promotion simultaneously have a significant effect on purchasing decisions on the Shopee website. Website quality and promotion variables partially have a positive and significant effect on purchasing decisions, however, the brand image and consumer trust partially did not have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Website Quality, Brand Image, Consumer Trust, Promotion, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	10
C. Pembatasan Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Perilaku Konsumen.....	13
2. Keputusan Pembelian.....	15
3. Kualitas Website.....	18
4. Citra Merek.....	21
5. Kepercayaan Konsumen.....	23
6. Promosi.....	26
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	29
C. Kerangka Pemikiran.....	32
1. Pengaruh antara Kualitas Website terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	33
3. Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	34
4. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	35
D. Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	37

A. Jenis Penelitian	37
B. Populasi dan sampel.....	37
1. Populasi.....	37
2. Sampel	38
C. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
1. Sumber Data	39
2. Teknik Pengumpulan Data.....	39
D. Variabel Penelitian.....	40
1. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	40
2. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	41
E. Konsep, Definisi operasional, dan Indikator	42
F. Metode Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Hasil Penelitian	53
1. Gambaran Umum Shopee.....	53
2. <i>Response Rate</i>	54
3. Gambaran Umum Responden.....	55
4. Analisis Statistik Deskriptif.....	57
5. Uji Instrumen Penelitian	61
6. Uji Asumsi Klasik.....	65
7. Analisis Regresi Linear Berganda	69
8. Uji Kecocokan Model (Uji F).....	71
9. Uji Hipotesis	73
B. Pembahasan	78
BAB V PENUTUP	90
A. Simpulan	90
B. Keterbatasan Penelitian.....	90
C. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peta E-commerce Indonesia Kuartal 3/2020	3
Tabel 2.1 Tabel penelitian terdahulu	29
Tabel 3.1 Tabel konsep, definisi operasional, dan indikator	42
Tabel 4.1 Penyebaran Kuisisioner	54
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	55
Tabel 4.3 Alamat Responden	56
Tabel 4.4 Usia Responden	55
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Kualitas Website	58
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Citra Merek	58
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Kepercayaan Konsumen	59
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Promosi	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Website	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	64
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolineartias	67
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
Tabel 4.21 Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	72
Tabel 4.22 Rekapitulasi Pengujian Hipotesis	77
Tabel 4.23 Nilai Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian	73
Tabel 4.24 Nilai Rata-Rata Variabel Kualitas Website	81
Tabel 4.25 Nilai Rata-Rata Variabel Citra Mitra	84
Tabel 4.26 Nilai Rata-Rata Variabel Kepercayaan Konsumen	86
Tabel 4.27 Nilai Rata-Rata Variabel Promosi	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Grafik Pertumbuhan Internet Indonesia	03
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 3.1. Kurva Uji F	48
Gambar 3.2. Kurva Uji t Hipotesis Pertama	49
Gambar 3.3. Kurva Uji t Hipotesis Kedua.....	50
Gambar 3.4. Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	51
Gambar 3.5. Kurva Uji t Hipotesis Keempat.....	52
Gambar 4.1. Kurva Uji F Hipotesis Pertama	73
Gambar 4.2. Kurva Uji t Hipotesis Kedua.....	74
Gambar 4.3. Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	75
Gambar 4.4. Kurva Uji t Hipotesis Keempat.....	75
Gambar 4.5. Kurva Uji t Hipotesis Kelima	76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	100
Lampiran 2. Data Responden.....	106
Lampiran 3. Nilai Tabulasi Data.....	111
Lampiran 4. Hasil Statistik Deskriptif.....	135
Lampiran 5. Uji Validitas.....	137
Lampiran 6. Uji Reliabilitas.....	142
Lampiran 7. Uji Normalitas.....	147
Lampiran 7. Uji Multikolinearitas.....	147
Lampiran 7. Uji Heteroskedastisitas.....	148
Lampiran 8. Uji Regresi Linear Berganda.....	149
Lampiran 8. Koefisien Determinasi.....	149
Lampiran 8. Uji F (Uji Simultan).....	149
Lampiran 8. Uji T (Uji Parsial).....	150
Lampiran 9. R Tabel.....	151
Lampiran 10. F Tabel.....	152
Lampiran 11. T Tabel.....	