

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

ONLINE SHOP

(pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
Meruya, Jakarta Barat)

SKRIPSI



UNIVERSITAS
Disusun Oleh :
Teuku Ananda Aditya Fernando
43111010135

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Teuku Ananda Aditya Fernando

NIM : 43111010135

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembuatan skripsi ini apabila terbukti membuat tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Agustus 2015



Teuku Ananda Aditya Fernando

NIM : 43111010135

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Teuku Ananda Aditya Fernando
NIM : 43111010135
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online Shop* (pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Meruya, Jakarta Barat).
Tanggal Lulus Ujian : 14 Agustus 2015
Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji


(Drs. Wawan Purwanto SE. MM)


(Dra. Yuli Harwani SE., MM)

Tanggal :

Tanggal :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen S1


(Prof. Dr. Wiwik Utami Ak., MS., CA)

Tanggal :


(Dr. Rina Astini SE., MM)

Tanggal : 27/8 2015

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat MENCAPAI GELAR Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Melalui berbagai data yang tersedia dan dengan kemampuan yang masih terbatas dalam penelitian ini penulis mencoba menganalisa kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Adapun judul dari penelitian ini adalah **Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online Shop* (pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Meruya, Jakarta Barat.**

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Khususnya Bapak Drs. Wawan Purwanto, SE. MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, Pada kesempatan ini penulis haturkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Keluarga Besar dari penulis khususnya ibunda tercinta Ainal Mardiah yang telah memberikan dukungan, doa, serta semangat kepada penulis dalam

menyelesaikan tugas akhir ini, peran ibunda sungguh sangat berarti bagi penulis serta dukungan dari kakak penulis Nurul Liza Dwi Putri dan Farrah Geubrina Rezeki dan abang ipar penulis Sadri Hidayat.

2. Dr.Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak. Ms., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Jajaran Program studi manajemen S1, Dr. Rina Astini SE., MM selaku kaprodi manajemen S1, Luna Haningsih, SE., ME dan Hesti Maheswari, SE, M, Si selaku sekretaris I dan sekretaris II Program Studi Manajemen S1.
5. Bapak dan ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta dan segenap Civitas akademika Universitas Mercu Buana khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah banyak membantu selama masa studi penulis
6. Ketua penguji penulis, Dra. Yuli Harwani SE., MM terimakasih atas saran serta masukannya sehingga tugas akhir yang penulis buat menjadi layak untuk disajikan.
7. Licha Murniancha yang selalu memberikan motivasi, doa dan semangat , dan selalu ada disaat senang maupun susah.
8. Sahabat – Sahabat penulis Rinaldi, Ahmad, Sari, Wahyu, Yusuf, Adhimas, Mirza, terima kasih atas dukungan kalian penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Keluarga Besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Angkatan 2011, termasuk teman – teman satu jurusan di Manajemen ,

semoga kita semua menjadi orang sukses serta dapat menerapkan ilmunya bagi kesejahteraan rakyat Republik Indonesia baik di dalam negeri maupun

Kepada seluruh pihak dan teman-teman penulis yang lainnya yang tidak disebutkan namanya satu persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan ketulusan hati kalian. Skripsi yang penulis susun ini masih banyak kekurangan, baik dalam materi maupun cara penulisan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang.

Jakarta, Juli 2015

Hormat Penulis,

Teuku Ananda Aditya Fernando



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	5
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Kontribusi Penelitian	6
a. Kontribusi Akademik	7
b. Kontribusi Praktik	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	8
1. Pemasaran.....	8
a. Manajemen Pemasaran	9
b. Konsep Pemasaran	9
2. Perilaku Konsumen.....	10
3. Kualitas Layanan.....	13
a. Pengertian Kualitas	13
b. Pengertian Layanan	14
c. Pengertian Kualitas Layanan	15

d. Dimensi Kualitas Layanan.....	17
e. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	19
4. Kualitas Produk	19
a. Pengertian Produk	19
b. Definisi Kualitas Produk	20
c. Konsep Kualitas Produk	23
d. Dimensi Kualitas Produk.....	24
e. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ..	27
5. Kepercayaan	27
a. Pengertian Kepercayaan	27
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan	29
c. Dimensi Kepercayaan.....	30
d. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	32
6. Keputusan Pembelian.....	33
a. Definisi Keputusan Pembelian.....	33
b. Tahap-tahap Keputusan Pembelian	34
c. Indikator Keputusan Pembelian	38
B. Penelitian Terdahulu	38
C. Rerangka Pemikiran.....	41
D. Hipotesis.....	42

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	43
1. Waktu Penelitian.....	43
2. Tempat Penelitian	43
B. Desain Penelitian	43
C. Definisi dan Operasional Variabel	44
1. Definisi Variabel.....	44
2. Operasional Variabel	45
D. Pengukuran Variabel.....	49
E. Populasi dan Sampel Penelitian	50

1. Populasi Penelitian.....	50
2. Sampel Penelitian	50
F. Teknik Pengambilan Sampel.....	52
G. Teknik Pengumpulan Data.....	52
H. Jenis Data	53
I. Metode Analisis.....	54
1. Analisis Deskriptif	54
2. Uji Kualitas Data	54
a. Uji Validitas	54
b. Uji Reliabilitas	55
3. Uji Asumsi Klasik.....	56
a. Uji Normalitas.....	56
b. Uji Multikolonieritas	57
c. Uji Heteroskedastisitas	57
4. Analisis Regresi Linear Berganda	58
5. Uji Hipotesis.....	58
a. Uji t (Pengujian secara Parsial)	58
b. Uji F (Pengujian secara Simultan)	59
c. Koefisien Determinasi.....	60

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	61
1. Tempat dan Waktu Penelitian	62
a. Tempat Penelitian.....	62
b. Waktu Penelitian	62
2. Karakteristik Responden	62
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	64
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	64
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	65

e. Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Dalam Sebulan	65
B. Hasil Uji Kualitas Data	66
1. Hasil Uji Validitas	66
2. Hasil Uji Realibilitas	68
C. Hasil Uji Asumsi Klasik	69
1. Hasil Uji Normalitas	69
2. Hasil Uji Multikolinieritas	70
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
D. Hasil Uji Hipotesis	72
1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	72
2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
3. Uji T (Pengujian Secara Parsial).....	75
4. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	76
E. Pembahasan Hasil penelitian.....	76

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	80
B. Saran	81
1. Saran Untuk Objek Penelitian	82
2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	82

DAFTAR PUSTAKA	83
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	85
-----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	45
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir	64
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pengeluaran Dalam Sebulan.....	65
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan.....	66
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	67
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kepercayaan.....	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	68
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Realibilitas	68
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Normalitas	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolineritas	70
Tabel 4.13 Hasil Uji F (Secara Simultan)	72
Tabel 4.14 Hasil Regresi Linier Berganda	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 2.1 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian	35
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran	41
Gambar 4.1 Simulasi <i>Online Shop</i>	61
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	86
Lampiran 2 Hasil Karakteristik Responden	91
Lampiran 3 Hasil Kuesioner.....	92
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	103
Lampiran 5 Hasil Uji Realibilitas	105
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	105
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	107
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis.....	107
Lampiran 9 Hasil Uji Determinasi.....	108

