

**Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap  
Keputusan Pembelian Produk di *E-commerce* “Shopee” (Studi Kasus:  
Pelanggan Shopee di Surabaya)**

**SKRIPSI**



**Diajukan oleh :**

**Irwina Maharani Putri**  
**17013010234**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAWA TIMUR  
2022**

**LEMBAR PENGESAHAN**

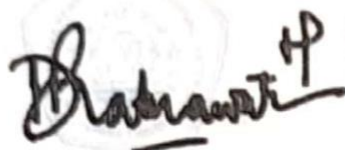
**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI E-COMMERCE  
"SHOPEE" (Studi Kasus: Pelanggan Shopee di Surabaya)**

Diajukan Oleh :

**Irwina Maharani Putri**  
17013010234/FE/EA

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima keabsahannya dari Artikel yang akan dipublikasikan pada Jurnal SINTA 1-6 oleh Tim Penilai Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Pada tanggal : 23 Mei 2022

Menyetujui:  
Pembimbing Utama



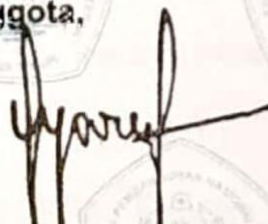
**Dra. Ec. Dyah Ratnawati, M. M.**  
NIP. 1967 0213 1991 03 2001

Tim Penilai :  
Ketua,



**Dr. Hero Priono, SE., M. Si., Ak., CA., CMA**  
NIP. 1961 0402 1988 03 1001



Anggota,



**Drs. Ec. Siarif Hidayat, M. Si.**  
NIP. 1960 0614 1988 03 1001

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

31 MAY 2022



**Prof. Dr. H. Syamsul Huda, SE., MT**  
NIP. 1959 0828 1990 03 1001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, serta kemudahan bagi penulis sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk di E-commerce “Shopee” (Studi Kasus: Pelanggan Shopee di Surabaya)”**. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Akuntansi pada Program S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, doa, dan semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Syamsul Huda, M.T selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Eko Purwanto, SE., M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Dr. Dra. Ec. Endah Susilowati, M.Si., CFA selaku Ketua Jurusan Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

5. Dra. Ec. Sari Andayani, M.Aks., CMA selaku koordinator Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Dra. Ec. Dyah Ratnawati, M. M., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikann bimbingan, dukungan, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Program Studi Akuntansi yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis menuntut ilmu di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
8. Alm. Hari Mahargyo dan Erny Sulfianah yang merupakan orangtua penulis yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, serta dorongan moril maupun materiil yang tiada hentinya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Kedua kakak penulis yang selalu memberikan kasih sayang, serta dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. Alex Verdiansyah Malik yang telah memberikan semangat dan motivasi serta dukungan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
11. Ayu Septiana dan Dian Budi Septiana yang selalu ada disaat senang maupun sedih dan selalu memberikan dukungan selama proses penyelesaian skripsi ini.
12. Chintya, Salma, Aci, Nahdyatul dan Rosi yang telah menjadi sahabat perjuangan dari awal perkuliahan hingga akhir.
13. Sumber semangat dan juga *support system* penulis, Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung dan Jeon Jungkook, yang terkumpul dalam kelompok musik, BTS.

14. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dan memberikan dukungan selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih ada kekurangan dikarenakan keterbatasan pengetahuan penulis, sehingga penulis menghargai segala bentuk kritik dan saran dari semua pihak. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 9 Agustus 2021

Peneliti

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	10
1.3. Tujuan Penelitian .....	11
1.4. Manfaat Penelitian .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori.....	26
2.2.1 Teori Yang Mendasar .....	26
2.2.2 Keputusan Pembelian .....	28
2.2.3 Harga .....	33
2.2.4 Kualitas Pelayanan.....	42
2.2.5 Kepercayaan.....	48
2.3 Kerangka Pemikiran.....	52
2.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	53
2.3.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian .....	53
2.4 Hipotesis .....	55
BAB III METODE PENELITIAN .....	56
3.1 Jenis Penelitian dan Objek Penelitian.....	56
3.1.1 Jenis Penelitian.....	56
3.1.2 Objek Penelitian.....	56

3.2	Operasional dan Pengukuran Variabel .....	56
3.2.1	Variabel Dependen .....	57
3.2.2	Variabel Independen.....	57
3.2.3	Skala Pengukuran Variabel .....	59
3.3	Teknik Penentuan Sampel.....	60
3.3.1	Populasi Penelitian .....	60
3.3.2	Sampel Penelitian.....	61
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	62
3.4.1	Jenis Data .....	62
3.4.2	Sumber Data.....	62
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data .....	62
3.5	Uji Kualitas Data .....	63
3.5.1	Uji Validitas .....	63
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	63
3.6.	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	64
3.6.1	Regresi Linier Berganda.....	64
3.6.2	Uji Normalitas.....	65
3.6.3	Uji Asumsi Klasik .....	66
3.6.4	Pengujian Hipotesis .....	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		70
4.1	Deskripsi Umum Objek Penelitian .....	70
4.1.1	Profil dan Sejarah PT. Shopee International Indonesia.....	70
4.1.2	Tujuan PT. Shopee International Indonesia.....	72
4.1.3	Nilai-Nilai PT. Shopee International Indonesia .....	73
4.2	Deskripsi Responden.....	74
4.3	Analisis dan Hasil Penelitian .....	75
4.3.1	Uji Kualitas Data .....	75
4.3.2	Uji Normalitas.....	83
4.3.3	Uji Asumsi Klasik .....	85
4.3.4	Regresi Linier Berganda.....	87

4.3.5 Uji Hipotesis .....	89
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	95
5.1 Kesimpulan .....	95
5.2 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA .....	97



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung Bulanan Platform <i>E-commerce</i> 2020.....	5
Gambar 1.2 Peringkat Unduhan Aplikasi <i>E-commerce</i> Indonesia di Google Play Tahun 2020 .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	54
Gambar 4.1 Jumlah Unduhan Aplikasi Shopee di <i>Play Store</i> Maret 2022.....	71
Gambar 4.2 Logo Shopee.....	73
Gambar 4.3 Uji Normalitas Metode Normal <i>Probability Plot</i> .....	83
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas Metode Scatterplot .....	86

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	74
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	75
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Harga ( $X_1$ ) .....	76
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) .....	77
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan ( $X_3$ ) .....	78
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	79
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga ( $X_1$ ) .....	80
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) .....	81
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan ( $X_3$ ) .....	82
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	82
Tabel 4.11 Uji Normalitas Metode Kolmogorov-Smirnov .....	84
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas .....	85
Tabel 4.13 Hasil Regresi Linier Berganda .....	87
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	89
Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	91
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	92

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pernyataan Kuisisioner .....	104
Lampiran 2 Jawaban Responden .....	109
Lampiran 3 Hasil Uji Karakteristik Responden .....	115
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	115
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	119
Lampiran 6 Hasil Regresi Linier Berganda.....	120
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis .....	121
Lampiran 8 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	121
Lampiran 9 R-Tabel .....	122
Lampiran 10 t-Tabel.....	124
Lampiran 11 F-Tabel.....	129

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI *E-COMMERCE* “SHOPEE”  
(STUDI KASUS: PELANGGAN SHOPEE DI SURABAYA)**

**Irwina Maharani Putri**

**NPM. 17013010234**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari harga, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk di e-commerce Shopee (studi kasus pelanggan Shopee di Surabaya). Sampel yang diteliti dalam penelitian ini sebanyak 201 responden dengan menggunakan teknik metode probability sampling dan penentuan sampel menggunakan simple random sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui *google form*. Metode analisis data dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan juga koefisien determinasi dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Keputusan Pembelian.

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI E-COMMERCE “SHOPEE”  
(STUDI KASUS: PELANGGAN SHOPEE DI SURABAYA)**

**Irwina Maharani Putri**

**NPM. 17013010234**

***Abstract***

*This research aimed to find out the effect of price, service quality and trust on buying product decision on Shopee e-commerce (study case: Shopee customers in Surabaya). The sample used in this research was two hundred and one respondents using the probability sampling method. Meanwhile, the sampling technique used simple random sampling. Data collection was taken using a questionnaire via Google Form. Data analysis using validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, t test, F test, and the coefficient of determination methods with SPSS (Statistical Product and Service Solution) 22. The research results concluded price had positive and significant effect on buying product decision on Shopee. Likewise, service quality had positive and significant effect on buying product decision on Shopee. Similarly, trust had positive and significant effect on buying product decision on Shopee.*

*Keywords: Price, Service Quality, Trust, Buying Decision.*